

LETICIA BARTOSZECK NITSCHÉ

**O SIGNIFICADO DO TURISMO NO ROTEIRO “CAMINHOS DE
GUAJUVIRA”, ARAUCÁRIA/PR**

**Dissertação de mestrado, apresentada
ao Programa de Pós-Graduação em
Geografia, do Setor de Ciências da
Terra, da Universidade Federal do
Paraná.**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Salete Kozel

**CURITIBA
2007**

MEC-UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS DA TERRA
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
– MESTRADO E DOUTORADO



PARECER

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Pós-Graduação em Geografia, reuniram-se para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado, apresentada pela candidata **Leticia Bartoszeck Nitsche**, intitulada: **O Significado do Turismo no Roteiro “Caminhos de Guajuvira”, Araucária - Pr**, para obtenção do grau de **Mestre em Geografia**, do Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, Área de Concentração **Espaço, Sociedade e Ambiente**.

Após haver analisado o referido trabalho e arguido o candidato, são de parecer pela **APROVAÇÃO** da Dissertação, com Menção **Distinção**.

Curitiba, 30 de março de 2007.

Nome e assinatura da Banca Examinadora:



Dra. Salete Kozel Teixeira
(Orientadora e Presidente da Banca)



Dra. Maria Del Carmem Calvente - UEL



Dr. Miguel Bahl - UFPR

***Dedico este trabalho
ao Júnior e aos meus pais Mário e Sueli.***

AGRADECIMENTOS

ÀquEle que está sempre comigo.

Ao Júnior, pela compreensão, incentivo e colaboração.

Aos meus pais e pais do Júnior, ao meu irmão Juliano, cunhadas e cunhados; e uma lembrança especial à querida Jane Raitani (*in Memoriam*).

À amizade e companheirismo da Tami Szuchman.

À amiga Marta Takahashi por compartilhar a sua vivência no Guajuvira e abrir caminho para as pesquisas.

À Cleide Perito de Bem, Margarete Teles Araújo e Marise Bueno Zonta pelo incentivo e apoio.

Às pessoas queridas que conheci durante esta trajetória, as quais faço representar pelos nomes da Tânia Bloomfield, Marino Godoy, Camila Cunico, Marcelo Rakssa e Kalina Springer.

À eficiência e dedicação de Luiz Carlos Zem à secretaria do programa de pós-graduação em geografia.

À Michelle Poitevin e à equipe do Ecoparaná por proporcionar uma experiência prática que contribuiu com as pesquisas.

Por toda a jornada com a Prof^a Dr^a Salete Kozel, quem me conduziu a novas descobertas e acrescentou mais cores ao meu mundo científico.

Aos professores Sylvio Fausto Gil Filho, Wolf-Dietrich Sahr, Olga Firkowski, Miguel Bahl e José Gândara pelos primorosos ensinamentos.

A CAPES, por viabilizar a realização deste mestrado.

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Araucária por colaborar com a pesquisa.

Ao André Marques pelo entusiasmo em registrar belos momentos da área rural do município e conceder o uso das fotos para este trabalho.

A todos os moradores do Guajuvira é com satisfação que agradeço em nome das famílias participantes da pesquisa que sempre me receberam com muita simpatia: Sr. Silvestre Waenga e família, Sr. Antonio e Sra. Tereza Czaikowski e família, Sr. Luiz Paulo Wojcik e família, Sr. David Fila e família, Sr. José Czanowski e família. Uma menção especial a Sra. Lódia Oycik Czanowski (*in Memoriam*) que deixa saudades.

EPIGRAFE

Homens da Terra²

A fuga de uma Polônia sofredora. Nos navios carregados, condições massacrantes, corpos de amigos jogados ao mar.
 Terra estranha. Angústia nos corações apertados.
 Mata bruta. Alagados. Banhados.
 Thomaz Coelho, Guajuvira, Rio Baixo, Barigüi, Ipiranga, Araucária das Araucárias.
 Terras desvalorizadas, fazendas em decadência pela perda da mão-de-obra barata, escravos libertados pelas mulheres da corte ao aproveitarem a ausência do imperador, que gostava de viajar.
 Carência de tudo, abundância de sofrimento. Mosquitos! Marimbondos. Cobras. Bichos brabos...
 Pechincha na compra das terras.
 Rancho de sapé na clareira da floresta.
 Chuvas tropicais. A pinguela. Derrubada do mato. A queda do pinheiro. A caça do veadinho.
 Roçar. Plantar. Colher. Vender.
 A escola.
 A professora.
 Nos carreiros da mata, de todas as direções, meninos e meninas em busca do saber.
 Professores oficiais do governo, apoiados em milhões de desculpas, não apareciam, faltavam muitos dias por mês.
 Choque de culturas. Colonos europeus, frente à rudeza de caboclos primitivos.
 Os bailes. Brigas. Tiros. Carroças. Vendas (botecos). Os músicos. Casamento. Alegria.
 Dias de festa.
 Luta contra o fogo nas queimadas. Nuvens de gafanhotos destruidores.
 Curadores, benzedores, sangradores. Tristeza na morte do Wachadlo.
 A revolta contra os impostos impiedosos, na destruição da barreira do posto fiscal.
 A reação policial. Disfarce, fugas, morte de um menino, fuzilado.
 Ciganos vendendo cavalos. Judeus comprando cereais.
 Na ânsia pela cultura, sacrifícios no sustento de filhos, estudantes na Curitiba distante.
 A transformação de baias da cavalaria em dormitórios estudantis.
Lud, o jornal.
 A igreja bonita.
 Na festa da independência do Brasil, bandeiras unidas, povos em comunhão.
 Quanto sentimento, orgulho pelo progresso dos filhos!

Moysés Paciornik (*in*: WACHOWICZ, 1997)

² Retirado do Prefácio de 'Homens da Terra', de Romão WACHOWICZ.

RESUMO

A pesquisa integra aportes geográficos (cultural, humanista e das representações) e do turismo (rural, cultural e roteiros), com fio condutor na fenomenologia tendo em vista o conceito de mundo vivido e as subjetividades dele decorrentes. Num contexto de famílias que vivem do trabalho no campo e passam a reorganizar seu espaço de vivência em razão do turismo, o trabalho tem como referência o estudo de caso sobre o roteiro Caminhos de Guajuvira, no município de Araucária. Com o objetivo principal de analisar o significado do turismo para os moradores que recebem os visitantes em suas propriedades, realiza-se a pesquisa empírica de caráter qualitativo, por intermédio de mapas mentais analisados pela metodologia Kozel e associados à técnica de observação participativa. Neste sentido, o mapa mental adquire um caráter sociocultural na medida em que expressa e reflete o espaço vivido e as percepções dele advindas. Entende-se que o significado do turismo está aliado às transformações do espaço vivido revelado através de modificações nos hábitos, aquisição de novos conhecimentos, valorização de manifestações culturais, mudanças na forma de organizar a propriedade, alterações ligadas à privacidade da família rural, geração de renda, elevação da auto-estima e intensificação do sentimento topofílico. Nesta trajetória passamos a compreender a necessidade de um olhar mais humano para analisar o turismo, evidenciando o homem como principal sujeito da atividade.

Abstract

The research integrates geographical approaches (cultural, humanistic and representational) and tourism approaches (rural, cultural, and itineraries) on a phenomenologic basis, with focus on the concept of lifeworld and resulting subjectivities. In a context where families living on the work in rural areas begin to reorganize their existential space from the perspective of tourism, this research has as its reference the case study about the itinerary Caminhos de Guajuvira, in the municipal district of Araucaria / PR. With the main objective of analyzing the meaning of tourism to the inhabitants who receive the visitors in their properties, the empiric qualitative research is established, through mental maps analyzed by the Kozel methodology and associated to the technique of participative observation. In this sense, the mental map acquires a sociocultural character in the way it is expressed and it reflects the lived space and brought perceptions. We understand that the meaning of tourism is connected to the transformations of the lived space revealed through modifications in the habits, new knowledge acquisition, cultural expressions valuation, property organization changes, alterations in the privacy of the rural family, income generation, self-confidence and enhancement of the topophilic feeling. Along these paths we began to understand the need for a more humanistic view of tourism, emphasizing man as the main subject of the activity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. DESVENDANDO O LUGAR	15
1.1 Aspectos do município de Araucária	15
1.1.1 Caracterização do roteiro Caminhos de Guajuvira	20
1.1.2 Atrativos Turísticos do Roteiro Caminhos de Guajuvira	24
1.2 As motivações da pesquisa	28
1.3 A Pesquisa empírica	28
1.3.1 Observação Participante	29
2. UM OLHAR GEOGRÁFICO.....	32
2.1 Geografia Cultural	32
2.2 Uma abordagem fenomenológica	34
2.3 A fenomenologia na geografia: uma perspectiva humanista	38
2.4 A Geografia Humanista	40
2.5 Os Mapas Mentais no contexto da Geografia das Representações	45
3. A PERSPECTIVA DO TURISMO.....	49
3.1 Roteiros turísticos	49
3.1.1 Roteiros e oferta turística.....	51
3.1.2 Âmbito dos roteiros.....	55
3.1.3 Roteiros na relação com a oferta e a demanda turística.....	57
3.2 Turismo Rural	58
3.2.1 Aspectos conceituais do Turismo Rural	59
3.2.2 Efeitos do turismo na cultura	62
3.3 A fenomenologia no turismo.....	69
3.3.1 Aspectos teóricos do turismo	69
3.3.2 Fenomenologia aplicada ao turismo	71
3.3.3 Fenomenologia na pesquisa do Caminhos de Guajuvira	73
4. INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS SOB A ÓTICA INTERDISCIPLINAR DA GEOGRAFIA E DO TURISMO.....	75
4.1 Relação dos visitantes e dos visitados com o Lugar.....	75
4.2 O turismo e as modificações no espaço de vivência	88
4.2.1 Interpretação dos mapas mentais	90

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	114
REFERÊNCIAS E BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	120
ANEXOS	124
ANEXO 1 – Fotos e filmagens “Caminhos de Guajuvira” - CD-ROM	125
ANEXO 2 – Folheto turístico “Turismo Rural em Araucária”.....	126
ANEXO 3 – Fluxo de Visitantes do “Caminhos de Guajuvira”	127

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa Conceitual da Pesquisa	14
Figura 2 – Município de Araucária	16
Figura 3 – Roteiros turísticos na RMC	21
Figura 4 – Centro de informações turísticas	24
Figura 5 - Silvestre Waenga	24
Figura 6 – Comercial Iguaçu	24
Figura 7 – Luiz Paulo Wojcik	24
Figura 8 – Igreja Senhor Bom Jesus	24
Figura 9 – Horto Florestal	24
Figura 10 – Chácara Santa Rita	24
Figura 11 – Chácara São Pedro	24
Figura 12 – Croqui do roteiro Caminhos de Guajuvira	27
Figura 13 – Comércio de produtos	85
Figura 14 – Chácara S. Pedro/ área de visitação	85
Figura 15 – Chácara S. Pedro/ jardim	85
Figura 16 – Chácara S. Pedro/ café rural	85
Figura 17 – Chácara S. Pedro/ 2º salão de café	85
Figura 18 – Chácara S. Pedro/ Sr. José no ônibus	85
Figura 19 – Chácara Santa Rita/ espaço de vendas	86
Figura 20 – Chácara Santa Rita / família	86
Figura 21 – Chácara Santa Rita / David e Giovana	86
Figura 22 – Casa do Artesanato (Wojcik)	86
Figura 23 – Artesanato Wojcik / detalhe cortina	86
Figura 24 – Comercial Iguaçu/ recorte jornal	86

Figura 25 – Comercial Iguaçu/ visão externa	87
Figura 26 – Comercial Iguaçu/ família	87
Figura 27 – Silvestre Waenga/ turistas	87
Figura 28 – Silvestre Waenga/ propriedade	87
Figura 29 – Silvestre Waenga/ atendimento	87
Figura 30 – Produtos típicos	87
Figura 31 – José Czanowski, 58 anos, Chácara São Pedro	94
Figura 32 - David Fila, 58 anos, Chácara Santa Rita	96
Figura 33 - Rosangela Fila Zilinski, 29 anos, Chácara Santa Rita	98
Figura 34 – Darcy Fila, 55 anos, Chácara Santa Rita	100
Figura 35 – Giovana Zilinski, 7 anos, Chácara Santa Rita	101
Figura 36 - Sra. Tereza Nalepa Czaikowski, 61 anos, Comercial Iguaçu....	103
Figura 37 - Flaviane Mara Wojcik, 18 anos, artesanato	106
Figura 38 - Fabiola Dulce Wojcik, 14 anos, artesanato	108
Figura 39 - Silvestre Waenga, cultivo de flores	110
Figura 40 - Célia Waenga Cardoso, cultivo de flores	111

1. INTRODUÇÃO

O Guajuvira, lugar de famílias tipicamente rurais, passou a incorporar um novo elemento no seu cotidiano, nada tangível, apenas novas práticas que começaram a fazer parte do seu dia a dia. De repente, um visitante de carro com a família, depois um grupo de ônibus, e aos poucos, alguns dias da semana começaram a ser preenchidos pela visita de pessoas da área urbana de Araucária, da cidade de Curitiba e até mesmo de outros estados que vinham chegando para uma *boa prosa* e conhecer as propriedades dos moradores locais. Na realidade, mais importante do que visitar a propriedade, vinham para conhecer melhor o jeito de ser dos descendentes de poloneses que se estabeleceram no Distrito de Guajuvira, em Araucária.

Esta movimentação propiciou nova dinâmica à organização espacial no Distrito de Guajuvira e de comunidades próximas, principalmente no que concerne ao espaço de vivência dos moradores e inclusive daqueles que recebem visitantes diretamente em suas casas.

O espaço rural como cenário de lazer e turismo vem tomando proporções significativas, com reflexos na economia, no uso dos recursos naturais, nos aspectos culturais e conseqüentemente na intervenção da identidade local.

No turismo rural, o contato entre o visitante, normalmente de origem urbana, com o morador do campo se funde numa experiência única, porém, ao mesmo tempo, pode propiciar impactos prejudiciais à cultura local. Tangenciar este viés cultural foi a principal preocupação deste trabalho, buscando na Geografia e na área de conhecimento do Turismo subsídios para descobrir até que ponto as intervenções do turismo estão interferindo na identidade cultural de pessoas que vivem do trabalho no campo e passaram a incorporar esta nova atividade.

A geografia cultural se constituiu em terreno fértil para investigar esta problemática, principalmente a partir de 1970, quando enriquecida por novas abordagens que se transpõem à visão anterior das escolas alemã, francesa e americana restritas aos aspectos da paisagem e da perspectiva material dos monumentos e artefatos produzidos pelo homem.

Nessa pesquisa, optamos por um olhar proveniente da geografia cultural ressaltando a perspectiva humanista que incorpora aportes fenomenológicos, considerando aspectos subjetivos na leitura das ações humanas.

Com o propósito de resgatar o homem, seus sentimentos, sua particular visão de mundo e sua ligação com os lugares em que vive e tem contato diariamente, a geografia humanista utiliza-se do termo mundo vivido como categoria de estudo, o qual fundamenta este trabalho e inclusive a metodologia da pesquisa empírica.

O enfoque humanista adotado tem em Tuan seu foco central ao atribuir sentido ao “lugar”, revelando que há uma relação afetiva deste com o indivíduo, marcada pelas suas experiências pessoais ligadas a valores e ao modo como percebe o meio ambiente. Assim as reflexões nos levam a questionar como este ‘lugar’ Guajuvira é visto: as transformações trazidas pelo turismo são amadas, rejeitadas, ignoradas? Como as pessoas de Guajuvira percebem as modificações no seu espaço de vivência? Buscamos, desta forma, investigar qual o significado do turismo para eles.

Estes aspectos foram abordados no presente estudo de caso do roteiro de turismo rural “Caminhos do Guajuvira”, localizado no Distrito de Guajuvira, em Araucária/PR, na Região Metropolitana de Curitiba – RMC. Este roteiro tem como característica principal o próprio rural, o qual enfatiza a vida das famílias do campo, onde é perceptível a herança étnica polonesa presente na arquitetura das casas, na gastronomia, no trato com a terra e seus produtos, bem como no linguajar e nas características físicas daqueles que recebem os visitantes (NITSCHKE; SZUCHMAN, 2004).

Partindo do contexto cultural atrelado ao mundo vivido, o trabalho teve o objetivo principal de analisar o significado do turismo para os moradores do Distrito de Guajuvira que recebem os visitantes em suas casas.

A recente implantação da atividade turística desde 2004 permitiu captarmos a percepção deste público durante os seus primeiros contatos com o turismo, possibilitando também que as conclusões do trabalho venham a contribuir com este roteiro turístico.

Posto este desafio, que envolve um exercício subjetivo do olhar para abordar um homem cultural com seus valores e preferências, a geografia humanista nas suas bases fenomenológicas husserianas, apresentou-se como uma opção profícua para explorar a complexidade da experiência do mundo vivido deste estudo de caso.

Seguindo esta linha, Relph ao vislumbrar uma fenomenologia para a geografia, Anne Buttimer e outros autores ajudaram a conduzir a pesquisa.

Neste contexto em que o espaço está sendo reorganizado e ressignificado em função do turismo, observamos como está ocorrendo a fusão das características típicas da vida no campo com as trazidas pelos visitantes de fora desta comunidade, normalmente de origem urbana. Fizemos isto considerando o olhar do morador, ou seja, por intermédio da forma como ele percebe e representa o turismo seu lugar de vivência, tendo como base teórica a geografia das representações e o aporte metodológico dos mapas mentais.

Uma análise do homem que dê conta do seu espaço vivido solicita maior aproximação entre o pesquisador e a realidade local, optando-se assim, por realizar uma observação participante, em que o pesquisador em alguns momentos participou da vida diária destes moradores.

Este método propiciou uma relação mais estreita com as pessoas do lugar, oportunizando conversas diversas, participação em eventos locais e acompanhamento das visitas turísticas. Em contraponto à visão do público local, a pesquisa também abordou percepções de turistas que visitam o roteiro, bem como por parte da gestão pública responsável pelo projeto.

Os mapas mentais como representação foram utilizados juntamente com a pesquisa empírica participante, buscando mais elementos para a compreensão do modo como as famílias rurais percebem a presença do turismo no seu espaço vivido.

Buscamos na vertente humanista da geografia, e no turismo uma composição de “olhares” para tratar deste tema, ancorado numa perspectiva fenomenológica, onde o vivido humano passa a ser considerado o foco principal de análise.

Compreender os significados das mudanças provocadas pelo turismo contribui para desvendarmos novos elementos incorporados na produção do espaço de comunidades rurais que experimentam as intervenções do turismo nas suas relações pessoais e familiares.

Estudos desta natureza podem colaborar com os trabalhadores do campo que se interessem por esta nova atividade, uma vez que se trata de um público diferenciado quando comparado aos empresários convencionais do setor turístico, para os quais já existe uma série de informações e orientações.

O trabalho foi estruturado em quatro capítulos, procurando evidenciar os aspectos práticos da pesquisa num primeiro momento para posteriormente apresentar o referencial teórico com a análise dos resultados empíricos:

Capítulo 1 - Apresentação da área de estudo e encaminhamentos da pesquisa empírica;

Capítulo 2 - Desenvolvimento do tema sob o enfoque da Geografia;

Capítulo 3 – Apresentação do tema sob a perspectiva do Turismo;

Capítulo 4 Análise da pesquisa empírica sob a ótica interdisciplinar da Geografia e do Turismo;

O primeiro capítulo apresentamos a área de estudo, o roteiro turístico “Caminhos do Guajuvira” com suas características principais, trazendo à baila a problemática relacionada às transformações que o turismo provoca na vida das famílias locais. Para abordar este assunto empiricamente apresentou-se a metodologia adotada na pesquisa de campo, interligando conceitos de observação participante com mapas mentais.

Uma vez exposta a problemática e os encaminhamentos da pesquisa, o segundo capítulo apresenta “Um olhar geográfico” para discutir o tema, com base na geografia cultural que adota aportes fenomenológicos, compondo a Geografia Humanista, fundamentada no estudo do ‘mundo vivido’ ou também ‘espaço vivido’. Dentro do contexto humanista, apresentamos a Geografia das Representações e seu principal aporte metodológico, os mapas mentais. Durante a exposição deste referencial teórico também indicamos as suas formas de aplicação no estudo de caso.

No terceiro capítulo abordamos “A Perspectiva do Turismo” com o objetivo de compreender o tipo de turismo que ocorre no roteiro Caminhos de Guajuvira, pesquisando conceitos ligados ao turismo rural, turismo e cultura, roteiros turísticos e fenomenologia em estudos de turismo.

No quarto capítulo apresentamos a interpretação dos resultados da pesquisa empírica com base nos mapas mentais utilizando a metodologia KOZEL associada à observação participante, procurando conciliar as visões da Geografia e do Turismo.

Em suma, o presente trabalho se desenvolve na interface interdisciplinar da Geografia e do Turismo interligados pela corrente filosófica da fenomenologia. O referencial teórico destas áreas do conhecimento se articula com a pesquisa

empírica através da metodologia dos mapas mentais e da observação participante, com o objetivo de analisar o significado do turismo para as pessoas do lugar. A Figura 1 - Mapa Conceitual da Pesquisa, representa sinteticamente estas relações.



Figura 1 – Mapa Conceitual da Pesquisa
Organizado por NITSCHKE, neste.

1. DESVENDANDO O LUGAR

1.1 Aspectos do município de Araucária

As famílias pertencentes ao roteiro “Caminhos do Guajuvira”, foco de estudo deste trabalho, fazem parte do município de Araucária, sobre o qual procuramos conhecer um pouco durante as visitas a campo e por meio das publicações da Prefeitura Municipal de Araucária (ARAUCÁRIA, 1997, 2003, 2004) para dados gerais, sócio-econômicos e históricos, e da COMEC/ACARPA (PARANÁ, 1984) para informações sobre a atividade agrícola referente ao Distrito de Guajuvira.

O município faz parte da Região Metropolitana de Curitiba, pertence ao primeiro planalto paranaense, possui uma área de 461 km² e está a 857 m. do nível do mar. A cidade de Araucária está situada às margens do Rio Iguaçu, dista 27 km do centro de Curitiba e é cortada pela BR 476 – Rodovia do Xisto, via de interligação da região Sudoeste do país (Figura 2 - Município de Araucária).

Sua população é de 94.258 habitantes, sendo 91% urbana e 9% rural, tem origem nos descendentes dos primeiros habitantes da região (luso brasileiros, índios e negros), dos imigrantes poloneses, italianos, ucranianos, sírios, alemães, japoneses e nos migrantes vindos de outras regiões, atraídos pela industrialização, a partir da década de 70.

O município é mais conhecido por sua expressiva área industrial, que começou a expandir-se a partir da década de 70 com a implantação da Refinaria Presidente Getúlio Vargas – REPAR. Apesar do intenso processo de industrialização, a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (ARAUCÁRIA, 2003, p. 12) reconhece que a cidade vem “mantendo suas características agrícolas, o que a torna um importante pólo agro-industrial”.

Estas características rurais nos levaram a conhecer um pouco da história de Araucária, a qual teve nos poloneses uma presença étnica marcante, com seus costumes trazidos da terra natal e novo modo de vida que desenvolveram ao se estabelecerem nesta região.

“O processo de ocupação do espaço em que se situa o município de Araucária por colonizadores portugueses e luso-brasileiros está intimamente ligado à história de Curitiba e, portanto, insere-se no período colonial” (ARAUCÁRIA, 1997, p. 15).

Na época do descobrimento do Brasil a região em que Araucária faz parte atualmente, era conhecida como Tindiquera, que em tupi-guarani significa *pertence aos Tinguís* referindo-se aos seus primeiros habitantes. Nesta região foi instalada uma sesmaria em 1668, onde foi criada a *Freguesia do Iguassu* em 1855.

A partir de 1731, o ciclo do tropeirismo trouxe novas oportunidades de trabalho para os habitantes, com a abertura do caminho das tropas passando por Rio Negro, Lapa, Palmeira, Ponta Grossa e Castro, o que facilitou o acesso dos moradores de Curitiba, Tindiquera e arredores.

Assim como no restante do território paranaense, na região de Araucária também ocorre a exploração da erva-mate nos séculos XVIII e XIX.

Os alemães foram os primeiros imigrantes da região, por volta de 1860. A vinda dos poloneses ocorreu em 1875, quando “o Governador da Província do Paraná, Lamenha Lins, reforçou o programa de política migratória para a instalação de mais 20 colônias ao redor de Curitiba. O objetivo era fixar colonos em pequenas propriedades, das quais seriam proprietários, formando núcleos coloniais (ARAUCÁRIA, 1997, p. 35).

Dentre as diversas colônias criadas, destaca-se a de Tomás Coelho, fundada em 1876 em terras então pertencentes ao município de São José dos Pinhais, com 270 novas famílias de imigrantes poloneses (1.116 pessoas), representando um acréscimo de 42% à população da *Freguesia do Iguassu* (ARAUCÁRIA, 1997, p. 24). A partir desta, considerada a maior colônia dos arredores da capital, os imigrantes ocuparam outras regiões como a do Guajuvira, em 1914.

Se por um lado, a partir de 1850 o Brasil apresentava razões para a atração de imigrantes, como a falta de gêneros alimentícios devido à escassez de mão-de-obra em função da proibição do tráfico de escravos, por outro, a Europa oferecia motivos para os imigrantes deixarem suas pátrias. No caso da Polônia, no final do século XVIII, passou a ser ocupada pela Prússia, Áustria e Rússia, deixando uma economia feudal (proteção paternalista dos senhores feudais) para adotar um sistema onde o camponês não tinha condições para pagar os elevados impostos ao

governo prussiano, sendo obrigados a vender suas propriedades. Esta situação agravou-se ainda mais a partir de 1870 com o surgimento do império alemão (ARAUCÁRIA, 2004, p. 37).

Assim sendo, poloneses saíram de seu país natal devido à situação de extrema dificuldade, porém ao chegarem no Brasil e mais especificamente na região de Araucária, também encontraram obstáculos, como lotes pequenos, falta de sementes, estradas intransitáveis em períodos chuvosos, dificuldade de comunicação com a população local, de adaptação ao clima e no combate às doenças e pragas (ARAUCÁRIA, 1997, p. 24).

Apesar das vicissitudes enfrentadas, os imigrantes estabeleceram-se, desenvolvendo uma atividade agrícola que foi se mesclando aos seus hábitos, formando a sua cultura na colônia:

A base da produção agrícola da colônia era o centeio, milho, feijão e batata, mas também plantavam frutas e verduras. Os poloneses criavam animais e aves e fabricavam lingüiça, manteiga e queijo. A produção diversificada exigia uma rígida organização do trabalho familiar, que não dispensava ninguém (ARAUCÁRIA, 1997, p. 26).

A divisão do trabalho entre homens e mulheres era nítida, envolvendo também tarefas para os filhos na lavoura ou em casa:

Os homens se ocupavam do trabalho na lavoura, da construção de casas, estradas, instrumentos agrícolas, das estrebarias, dos paióis, da matança de porcos, da comercialização dos produtos e da gerência dos negócios. Às mulheres cabia cuidar da casa, dos filhos, preparar as refeições, tirar leite das vacas, tratar as galinhas, ajudar na lavoura e na comercialização dos produtos quando fosse necessário (ARAUCÁRIA, 1997, p. 26).

Conforme consta no livro 'A construção de uma história: a presença étnica em Araucária' (ARAUCÁRIA, 2004, p. 44), "a presença dos imigrantes, rapidamente mudou a paisagem da freguesia".

A ocupação da região de Guajuvira veio a ocorrer em 1914, quando um grupo de imigrantes poloneses fixou residência às margens do Rio Iguaçu (na divisa entre Rio Abaixo e Guajuvira), mantendo-se da atividade agrícola (trigo, milho, batata, hortaliças, fruticultura e avicultura). A aglomeração urbana desenvolveu-se em

função da implantação da estrada de ferro da Rede Viação Paraná – Santa Catarina, onde foi construída uma estação férrea em Guajuvira (COMEC; ACARPA, 1984, p. 01), posteriormente destruída por um incêndio, em 1988.

Segundo informações da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (ARAUCÁRIA, 2006, p. 01):

Até as décadas de 1960/70, todos os domingos repetia-se um espetáculo quando o trem de passageiros parava na pequena estação local e dos seus vagões desciam centenas de homens munidos de mochilas e caniços, os quais iam praticar a pesca naquele rio [Rio Iguaçu], então limpo e piscoso.

O Distrito de Guajuvira foi criado pela Lei Estadual nº 02 de 10 outubro de 1947, que dispõe sobre a divisão territorial do Estado. A distância do Distrito de Guajuvira à cidade de Araucária é 14 km e de Curitiba, 37 km.

O comércio local é pouco desenvolvido, dependendo basicamente de Araucária. A população está voltada predominantemente para a atividade agrícola, sendo que a maioria trabalha fundamentalmente com mão-de-obra familiar e utilização mínima de mão-de-obra contratada. A estrutura fundiária caracteriza uma região de pequenas propriedades, de até 50 ha.

Atualmente a produção agrícola do Distrito de Guajuvira é diversificada, compreendendo produtos como batata-inglesa, milho, cebola, feijão, cevada, arroz, mandioca e soja, bem como ovos, galinhas e frangos de corte. A fruticultura também é expressiva: maçã, pêra, pêssego e melancia. O cultivo de frutas, especialmente os pêssegos se deve a influência da colonização japonesa em Araucária, também responsáveis pela criação da Festa do Pêssego, que ocorre até os dias de hoje.

São estas características tipicamente rurais mescladas à cultura dos moradores que faz do Distrito de Guajuvira e comunidades de entorno uma região com potencialidade para o desenvolvimento do turismo rural.

Visto que a oferta de atrativos turísticos em forma de roteiros é uma prática mundial, o “Caminhos de Guajuvira” foi planejado com base em outras experiências, inclusive nas que vêm ocorrendo em outros municípios da Região Metropolitana de Curitiba.

1.1.1 Caracterização do roteiro “Caminhos de Guajuvira”

Alguns municípios da Região Metropolitana de Curitiba têm empenhado esforços para atrair visitantes da capital e de outros municípios para conhecerem sua propriedades agrícolas, consumirem seus produtos artesanais, participarem de festas e terem contato com outros atrativos locais. Esta oferta turística nos municípios tem sido organizada sob a forma de roteiros turísticos (Figura 3 - Roteiros turísticos na RMC), muitos deles com temáticas ligadas às suas etnias colonizadoras, aos produtos locais ou às características do meio em que estão inseridos, conforme denominados abaixo:

- Caminhos de Guajuvira - Araucária
- Rota da Louça e Bateias – Campo Largo
- Verde que te quero Verde – Campo Magro
- Circuito da Natureza – Almirante Tamandaré
- Circuito Italiano de Turismo Rural - Colombo
- Caminhos Históricos da Serra – Quatro Barras
- Caminho do Vinho – São José dos Pinhais

Esta iniciativa é recente, teve início em 1999, quando foi lançado o Circuito Italiano de Turismo Rural, em Colombo. A formatação de roteiros turísticos com características rurais fez parte do planejamento do Anel de Turismo Rural para a RMC (PARANÁ, 1999a, 1999b), desenvolvido em 1998 pela Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba-COMEC, Empresa Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural-Emater/PR e Serviço Social Autônomo Ecoparaná, como uma alternativa de renda e conservação ambiental para os municípios da RMC.

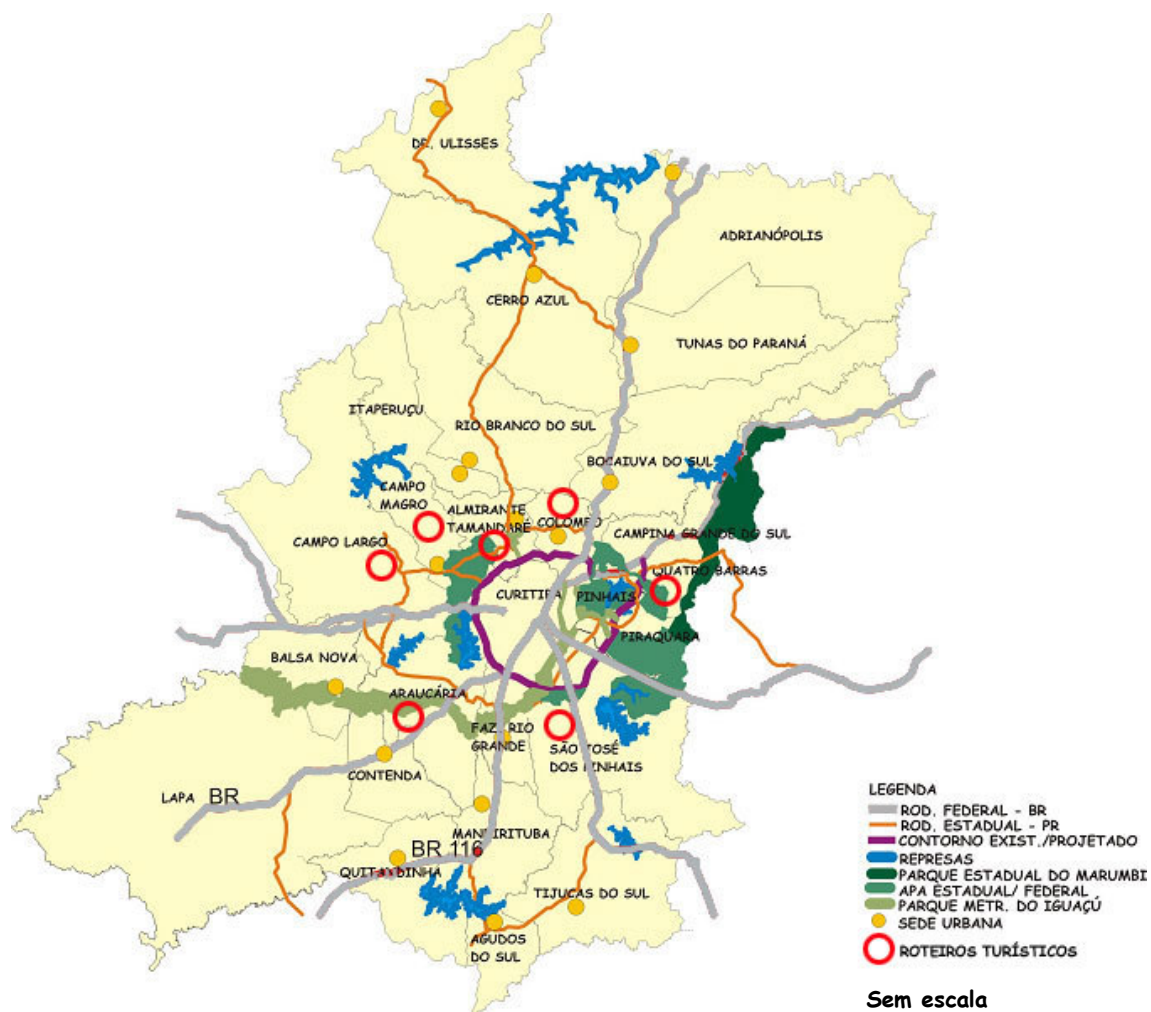


Figura 3 - Roteiros turísticos na RMC
Fonte: adaptado de Tami Szuchman

Estes roteiros correspondem a “indicação de uma seqüência de atrativos existentes numa localidade e merecedores de serem visitados” (BAHL, 2004b, p. 42), oferecidos ao público que opta pelos locais que lhe interessa mais.

Não podemos confundir este tipo de roteiro com uma outra definição amplamente utilizada pelo setor turístico, ligada a um programa oferecido pelas agências de turismo, onde constam todos os detalhes das atividades planejadas para a viagem, conforme esclarece Bahl (2004b, p. 57).

(...) além dos roteiros organizados através de agências, existe uma outra modalidade de roteiros, disseminada internacionalmente: são aqueles formatados em estradas, rotas, circuitos e caminhos. Exemplos: Estrada Bonita em Joinville (Santa Catarina), Caminho de Santiago de Compostela (Espanha), Estrada Romântica (Alemanha) e Rota dos Tropeiros (Paraná).

O conceito de roteiro utilizado para o “Caminhos de Guajuvira” faz parte desta modalidade citada. Seu planejamento ocorreu a partir de 2002 com inauguração em março de 2004 pela Prefeitura Municipal de Araucária, através da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo - SMCT, como parte da proposta de desenvolvimento do Turismo Rural no município, que tem como objetivo “auxiliar o resgate cultural, possibilitar mais uma alternativa de renda ao produtor rural e proporcionar ao visitante convivência com a vida no campo” (ARAUCÁRIA, 2006, p. 02).

O planejamento deste roteiro³ envolveu ações de conscientização e capacitação em Turismo Rural para várias comunidades rurais, levantamento do potencial turístico, reuniões explicativas sobre Turismo Rural, cadastramento dos interessados, cursos (Qualidade no Atendimento ao Turista, Ferramentas para o sucesso na comercialização de produtos e serviços na agricultura familiar, Curso de Turismo Rural – COODESTUR) e excursões técnicas para conhecer a realidade de outros roteiros turísticos (em São José dos Pinhais/PR, Colombo/PR e Santa Rosa de Lima/SC).

O Distrito de Guajuvira não foi escolhido pelo poder público para constituir o roteiro, mas auto-elegeu-se em função do interesse e comprometimento com a

³ Informações coletadas através de entrevistas com a Diretora de Turismo da SMCT, Marta Takahashi, durante a observação participante em 2005 e 2006.

proposta do turismo rural, havendo maciça participação dos membros desta comunidade nas reuniões, cursos e encontros realizados⁴.

Após a definição da área do roteiro, foi planejada e implantada a sinalização turística com identificação dos atrativos e sinalização viária. Também foram intensificadas as visitas da equipe da SMCT para orientações aos participantes do projeto⁵.

Aqueles que visitam o “Caminhos de Guajuvira” têm a oportunidade de conhecer famílias que vivem do campo, cultivando flores, frutas e olerícolas, produzindo mel, pães, ovos, artesanato entre outros produtos tipicamente rurais. Muitos destes moradores possuem origem polonesa e manifestam esta cultura no seu modo de vida.

Como símbolo do turismo rural no município foi adotada “a carroça de quatro rodas”, meio de transporte utilizado pelos colonizadores, reproduzida nas placas de identificação e no material impresso, estampada sobre um pano de fundo vermelho e amarelo, cores que fazem menção à cultura polonesa.

Para percorrer este roteiro, o visitante pode fazê-lo com seu veículo, ou utilizar o ônibus aos sábados acompanhado de um condutor de turismo, com paradas de 15 minutos em cada uma das propriedades rurais do trajeto. Segundo a SMCT (ARAUCÁRIA, 2006, p. 02), o objetivo do ônibus Linha Turismo Rural “é divulgar aos visitantes o roteiro existente para que, posteriormente, estes retornem”.

O roteiro conta com o apoio do Centro de Informações Turísticas (Figura 04), situado as margens da BR 476 na área central de Araucária, onde o visitante recebe o material informativo do roteiro (e de outros pontos turísticos do município) contendo o nome das propriedades e atrativos, atividades, produtos oferecidos, horário de funcionamento, telefone e mapa com orientações (Anexo 2). Este local também executa uma consulta prévia aos empreendedores do roteiro antes de encaminhar os visitantes, buscando uma programação organizada que evite sobrecarregar a capacidade média de 40 pessoas por visita nestas propriedades.

A demanda turística parcial do roteiro foi de 2.237 visitantes em 2005, contada a partir das excursões agendadas e da linha de ônibus Turismo Rural⁶, número em que não constam os visitantes com veículo próprio (Anexo 3).

⁴ Informações coletadas através de entrevistas com a Diretora de Turismo da SMCT, Marta Takahashi, durante a observação participante em 2005 e 2006.

⁵ Idem ao anterior.

1.1.2 Atrativos Turísticos do Roteiro Caminhos de Guajuvira



Figura 4 – Centro de Informações Turísticas
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 5 – Silvestre Waenga
Fonte: Tamires Kopp



Figura 6 – Comercial Iguaçu
Fonte: André Marques



Figura 7 – Luiz Paulo Wojcik
Fonte: Tamires Kopp



Figura 8 – Igreja Senhor Bom Jesus
Fonte: André Marques



Figura 9 – Horto Florestal
Fonte: André Marques



Figura 10 - Chácara Santa Rita
Fonte: Tamires Kopp



Figura 11 - Chácara São Pedro
Fonte: Tamires Kopp

O roteiro possui 36 quilômetros de extensão, reunindo sete pontos de visitação descritos a seguir com base no Inventário da Oferta Turística (ARAUCÁRIA, 2005):

Silvestre Waenga

Responsável: o mesmo

Cultivo de diversas espécies de flores em vaso e colhe-pague de pêssego. Atende sexta-feira, sábado e domingo das 13h às 18h. Localização: Camundá. Fone: (41) 9603-4971 / 9974-1722.

Comercial Iguaçu

Responsável: Tereza Nalepa Czaikowski

Iniciou suas atividades em 1958 com a venda de secos e molhados, entre eles, tecidos, calçados, chapéus, cereais e lenha. Atualmente no armazém e bar Comercial Iguaçu são comercializados produtos da região, tais como: lingüiça, banha, queijo, requeijão, manteiga, mel, ovos caipira, broas e verduras.

Atendimento: de segunda-feira a sábado das 8h às 20h. Domingos e feriados das 8h às 13h. Localização: Rua dos Expedicionários Brasileiros, 02, Guajuvira. Fone / Fax: (41) 3647-1144.

Luiz Paulo Wojcik

Responsável: o mesmo

Produz artesanato em palha de milho, madeira, bambu e cipó. Atende diariamente das 8h às 18h. Localização: Guajuvira. Fone: (41) 3647-1147.

Igreja Senhor Bom Jesus

A primeira edificação, em madeira data de aproximadamente 1922 e a atual foi inaugurada em 1972, ambas realizadas com o trabalho e os recursos dos colonos e colaboradores da região. Localização: centro de Guajuvira.

Horto Florestal Municipal de Guajuvira

Responsável: Prefeitura Municipal de Araucária

Produção e distribuição de mudas de plantas de várias espécies. A distribuição segue uma quota de 50 mudas por pessoa, acima desse número cobra-se uma taxa

de R\$ 0,10 por muda destinada à manutenção do Horto. Visitas orientadas conforme agendamento. Horário de funcionamento de segunda-feira a sábado das 8h às 12h e das 13h30 às 17h30, sábados das 8h às 12h. Localização: Guajuvira. Fone: (41) 3647-1112.

Chácara Santa Rita

Responsável: Sr. David Fila

Produção de pêssegos, morangos e licores. A colheita do pêssego começa em novembro e aproveita-se para fazer o colhe e pague do pêssego onde o visitante tem a oportunidade de visitar a propriedade e colher as frutas direto do pomar.

O atendimento é feito de segunda-feira a domingo das 9h às 12h e das 14h às 18h. Localização: Campestre. Fone: (41) 9902-2832.

Chácara São Pedro

Responsável: Sr. José Czanowski

Produção de mel, ovos caipira, legumes e hortaliças, broa e *cuque* polonês e, também, faz atendimento de café rural para grupos pequenos mediante agendamento prévio. Atende aos sábados das 8h às 12h e das 14h às 18h. Localização: Campestre. Fone: (41) 3642-4213 / 9194-1370.

A disposição destes atrativos no roteiro é visualizada pela Figura 12 – Croqui do roteiro Caminhos de Guajuvira, que consta no material informativo-promocional do Turismo Rural de Araucária (Anexo 2).

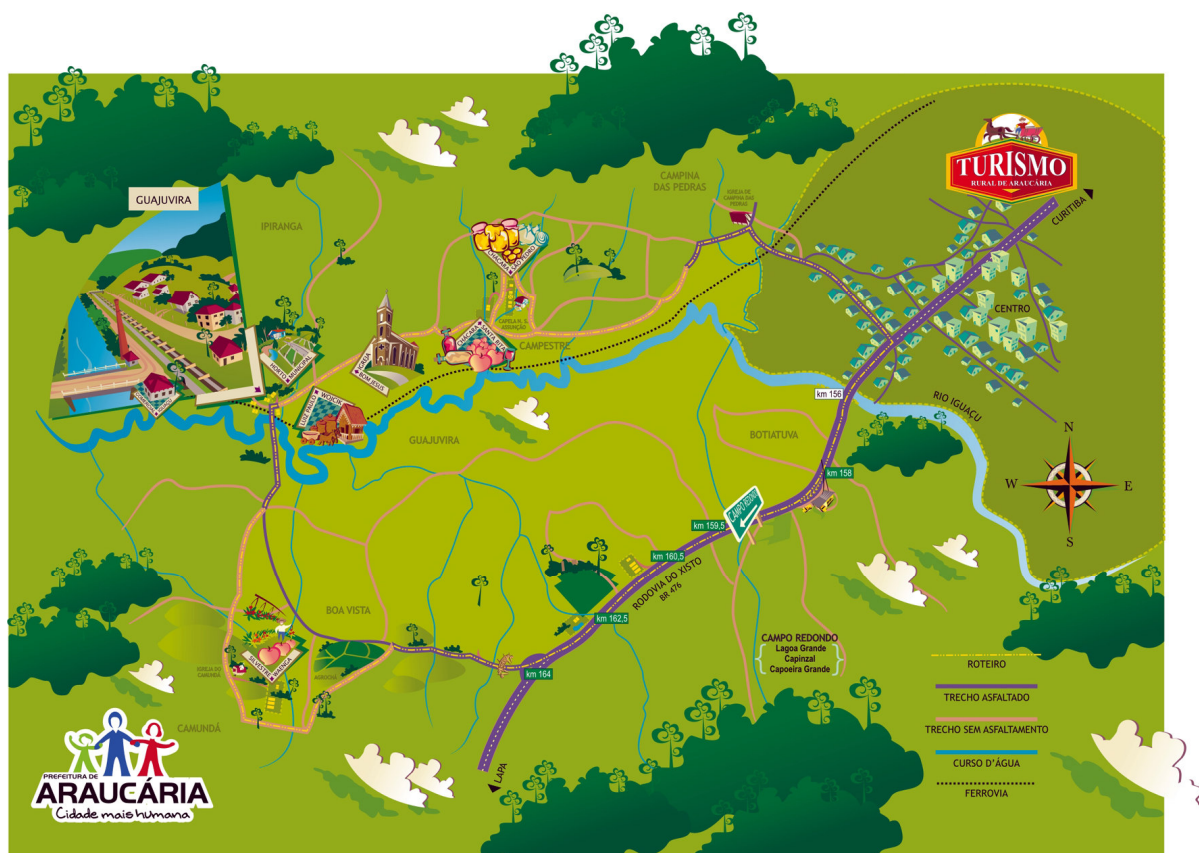


Figura 12 - Croqui do roteiro Caminhos de Guajuvira

Fonte: Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Araucária

1.2 As motivações da pesquisa

É inevitável que o turismo não provoque mudanças no modo de vida do Distrito de Guajuvira, lugar com sua tradição e história de uma comunidade que começa a ter contato com pessoas ‘estranhas’ freqüentemente. Até que ponto estas transformações estariam pondo em risco a identidade cultural das famílias que têm o contato direto com a atividade?

As visitas iniciais em 2004, na época do lançamento do roteiro despertaram a atenção pela autenticidade do lugar com seu modo de vida simples, o vínculo dos moradores com a sua terra, tirando dela seu sustento e fazendo dela seu lar. A cultura polonesa presente, no modo de falar, ser e fazer: arquitetura, comidas típicas, religião e organização da propriedade.

Ciente de que há uma tendência das sociedades mais tradicionais de perderem suas características originais no contato com o turismo, a ser discutido no Capítulo 3 “A Perspectiva do Turismo”, a possibilidade de Guajuvira igualmente seguir este rumo tornou-se uma preocupação, também compartilhada pela Diretora de Turismo da Prefeitura Municipal de Araucária, Marta Takahashi.

A motivação de realizar este trabalho surgiu destes apontamentos associados à curiosidade de conhecer mais as pessoas desta peculiar localidade.

Para procurarmos compreender melhor como o turismo está incidindo nos hábitos cotidianos das pessoas que lá residem, procuramos saber deles qual o significado do turismo dentro do seu contexto de vida.

1.3 A Pesquisa empírica

Nesta perspectiva em que famílias que vivem do trabalho do campo passam a reorganizar seu espaço de vivência em razão do turismo, o trabalho enfocou a importância de se considerar o olhar do morador, valorizando a forma como ele percebe e representa o seu lugar.

Para tal, a pesquisa adquiriu um inegável caráter qualitativo, exigindo a sensibilidade do pesquisador para coletar e processar informações, confluindo para uma abordagem que permitisse aproximar-se da vida cotidiana do público pesquisado. Assim adotamos a técnica de observação participante, que já vinha ocorrendo de forma espontânea (no ano de 2004 e início de 2005) na identificação

do problema e depois foi concretizada através de procedimentos mais sistematizados (2005 e 2006), enriquecidos com os procedimentos proporcionados pelo aporte dos mapas mentais.

Os mapas mentais (aporte metodológico proveniente da Geografia das Representações) nos auxiliaram na compreensão da percepção e representação que o morador tem do seu lugar, da maneira que as práticas da observação participante ajudaram na interpretação dos mapas, além de captar outras informações relevantes para a pesquisa.

1.3.1 Observação Participante

Partindo do conceito de Becker (1997, p. 47) em que o “observador participante coleta dados através de sua participação na vida cotidiana do grupo ou organização que estuda”, procuramos acompanhar alguns momentos da vida cotidiana das famílias de proprietários rurais que fazem parte do roteiro “Caminhos de Guajuvira”.

Este método propiciou uma relação menos formal com as pessoas do lugar, oportunizando conversas diversas, participação em eventos locais (IV Encontro Regional de Turismo Rural na Agricultura Familiar-RMC), acompanhamento de visitas turísticas, entre outros contatos rotineiros.

Foram observados eventos técnicos e cursos ligados ao turismo em que membros destas famílias participavam, ocasiões em que alguns deles foram convidados a apresentar sua experiência com o trabalho no turismo. A participação do pesquisador ocorreu principalmente durante a visitação turística, muitas vezes como componente do grupo visitante, além de visitas esporádicas às propriedades:

- Solenidade de lançamento do roteiro: março/2004
- Visitas esporádicas ao roteiro: junho/2004, abr/2005, mai/2005, nov/2005, dez/2005, fev/2006, jun/2006, out/2006, dez/2006.
- Acompanhamento de grupos: ago/2004, alunos de turismo UFPR
- Excursão do SESC Turismo: 30/09/2006
- IV Encontro Regional de Turismo Rural - RMC, em Araucária: 17 e 18/2005, organizado pela Prefeitura de Araucária e Ecoparaná, contato com os proprietários antes e durante o evento, apresentação do Sr. José (Chácara

São Pedro) na programação do evento, entrevistas com técnicos participantes.

- Acompanhamento de jornalista e fotógrafo do MDA para entrevistarem e fotografarem os participantes do roteiro para publicação de material: jun/2005.
- I Encontro Estadual TRAF, em Cascavel: 21 e 22/nov/2006, apresentação do Sr. José na programação do evento; contato com os proprietários participantes (David, Darcy, Silvestre, José); palestra da Diretora de Turismo de Araucária sobre o roteiro.
- V Encontro Regional de Turismo Rural - RMC, em Quatro Barras: 1 e 2/dez/2006, contato com os participantes (Sr David e técnicos da Prefeitura de Araucária).
- Curso de turismo rural para técnicos: maio/2005, participação do Sr. José
- Entrevistas pessoais com Marta Takahashi (Diretora de Turismo de Araucária) durante 2005 e 2006, e via *e-mail* com Ana Paula Czaikowski (Comercial Iguaçu) em outubro de 2006.
- Contatos telefônicos esporádicos com os proprietários rurais e Prefeitura Municipal de Araucária.

A observação participante está associada a técnicas orais, onde o pesquisador interage com o público, procurando estimulá-lo a falar livremente e conduzir a conversa na medida do necessário para explorar os temas de interesse para a pesquisa.

Desta forma, o pesquisador desempenhou o papel de perceber o ambiente e interagir com as famílias locais e turistas, com o propósito de compreender o significado do turismo para estas pessoas, tendo como foco principal os moradores que recebem os visitantes em suas casas.

Para estes últimos foi aplicada a metodologia de mapas mentais, proveniente da Geografia das Representações, buscando saber como o turismo é representado para estas pessoas, levando em conta seu espaço de vivência.

Por meio desse aporte metodológico, que se caracteriza por representação gráfica, o indivíduo expressa de forma figurada a sua relação com o lugar que vive. Através de uma compreensão de seu modo de vida, “perceberemos uma carga de significados mais ampla do que um simples manejo de lápis sobre um papel em branco” (DERDYK, 1994, p. 26).

Seemann (2003, p. 03) explica que:

(...) o mapa (no seu sentido mais amplo possível) exerce a função de tornar visíveis pensamentos, atitudes, sentimentos tanto sobre a realidade (percebida) quanto sobre o mundo da imaginação. Esses mapas não são representações cartográficas sujeitas às regras cartográficas de projeção, escala ou precisão, mas representações espaciais oriundas da mente humana, que precisam ser lidas como mapeamentos (=processos) e não como produtos estáticos.

Seguindo estes princípios, a observação participante no roteiro Caminhos de Guajuvira foi fundamental para a interpretação dos mapas na medida em que elucidou o contexto em que foram expressos.

A análise dos mapas ocorreu com base na metodologia desenvolvida por Kozel⁶, que segundo a autora permite uma maior compreensão sobre a lógica dos atores e sua relação com o espaço vivido, a partir de 4 fases de análise:

- Forma representacional dos elementos na imagem: letras, ícones, figuras;
- Distribuição dos elementos da imagem: em perspectiva, forma horizontal, circular, em quadros, maneira dispersa, isolados, reunidos;
- Especificação dos ícones: representação dos elementos da paisagem natural, paisagem construída, elementos móveis e elementos humanos;
- Apresentação de outros aspectos ou particularidades.

Assim sendo, além dos resultados empíricos serem interpretados de forma conjunta no capítulo 4 “Interpretação dos resultados sob a ótica interdisciplinar da geografia e do turismo”, a apresentação de alguns deles também ocorre ao tempo em que é discutida a teoria nos capítulos 2 “Um olhar Geográfico” e 3 “A Perspectiva do Turismo”, procurando integrar o construto teórico e a pesquisa empírica.

⁶ KOZEL TEIXEIRA, S. Imagens e linguagens do geográfico: Curitiba capital ecológica. São Paulo: FFLCH-USP, 2001 (Tese de doutorado) - Metodologia desenvolvida para a interpretação dos mapas mentais, que em sua pesquisa abordaram a imagem que os moradores possuem da cidade de Curitiba.

2. UM OLHAR GEOGRÁFICO

Como o foco de estudo está pautado em uma problemática cultural, buscamos na geografia cultural articulada com a geografia humanista as referências teóricas para o trabalho, que no próximo capítulo são acrescidas daquelas referentes à área de turismo.

Ao longo da exposição, procuramos relacionar a discussão teórica com sua aplicação no estudo de caso, fazendo constantes referências ao roteiro “Caminhos de Guajuvira”.

2.1 Geografia Cultural

A dimensão cultural é percebida por diferentes áreas do conhecimento, muitas vezes sendo o único elemento comum que floresce entre visões aparentemente díspares. A antropologia, a história, a lingüística, a filosofia, as artes têm a prerrogativa de tratar cultura como um termo que faz parte do seu tradicional repertório. No entanto, o tema cultura não é privilégio de determinações curriculares, pois extrapola universalmente, chamando a atenção de áreas como a Geografia e o Turismo, enfatizadas neste trabalho.

Na geografia, a cultura vem sendo considerada desde os primeiros estudos, sendo legitimada pelo termo *geografia cultural* pela vertente alemã, com a *antropogeografia* de Ratzel, em 1880, sendo depois desenvolvida pelas escolas Francesa e Norte Americana.

Apresenta-se a seguir uma síntese das características destas três escolas, adaptado de Kozel⁷.

- Escola Alemã, iniciada por Ratzel, destaca-se a “Landschaft” ou ciência da paisagem e a morfologia da paisagem cultural criadas por Otto Schlüter em 1890. Mais tarde, em 1940, esta linha conta com os estudos de Meitzen sobre os estabelecimentos rurais e estruturas agrárias.

- Escola Francesa, enfatiza os aspectos materiais incorporados à análise do meio e dos “gêneros de vida” de Vidal de La Blache. Aqui a cultura se interpõe entre o homem e o meio e humaniza as paisagens, as quais refletem a organização social do trabalho. Destaque para “L’homme et la Fôret”, em 1933, de Pierre Deffontaines.

⁷ Apresentação de aula (arquivo em PowerPoint), disciplina Geografia Social e Cultural - UFPR, Curitiba, 2005.

- Escola Norte-americana, inspirada pela Escola Alemã, foi fundada a Escola de Berkeley (1925 - 1975) por Carl Ortwin Sauer, nos Estados Unidos, onde se inscreve a formação de uma paisagem humana, do ponto de vista da perspectiva material, com base em monumentos e artefatos, ainda não considerando outras manifestações como o idioma, a música, a religião.

Nesta última, temas como cultura, área cultural, paisagem cultural (expressa a relação dos seres humanos com o meio), história da cultura no espaço e ecologia cultural (como os grupos humanos agem sobre a cobertura vegetal) merecem a atenção dos seus geógrafos, os quais estão voltados para a diversidade e a unidade cultural em distintas áreas do mundo (Correia, 2001, p. 23). Aproxima-se da antropologia e botânica, criando uma paisagem cultural, o que implica uma interpretação ecológica, e ainda, compõe um contexto histórico.

Apesar de enfoques diferenciados entre estas três escolas, é unânime a idéia da cultura atrelada ao conjunto de formas e traços que o homem imprime na natureza, preocupando-se em identificar áreas onde vivem os homens, as causas de sua repartição e influência da natureza. Destacam-se os aspectos materiais da cultura, papel preponderante da paisagem, gênero de vida e foco nos utensílios e técnicas para dominar o meio. A estas características que predominam na geografia cultural até a década de 1970 é atribuída uma perspectiva positivista ou naturalista, com influência do darwinismo.

Uma renovação desta geografia cultural ocorre a partir da década de 1970, impulsionadas por críticas relativas à adoção de um determinismo cultural e a uma visão de cultura como entidade acima do homem, ou supra-orgânica (Duncan; Cosgrove apud CORREIA, 2001, p. 25-27). Enriquecida por novas abordagens (CLAVAL, 2001) esta nova geografia cultural abre-se para diversificados enfoques.

Um destes enfoques é o humanista de fundo fenomenológico que considera as subjetividades, a dimensão psicológica e mental da cultura e as percepções individuais, valorizando a experiência, a intuição, a imaginação e os sentimentos. Um outro enfoque está ligado ao materialismo histórico e dialético (marxismo), o qual vê a cultura como um reflexo e condição social.

Dentre eles, a abordagem fenomenológica que se incorpora à Geografia Cultural, criando a Geografia Humanista, foi o enfoque adotado neste trabalho, pois proporciona a análise do mundo vivido, considerando a experiência de vida das pessoas pesquisadas.

A ótica humanista apresentada nos conduz a buscar o significado do turismo nas vidas das famílias pertencentes ao roteiro Caminhos de Guajuvira, o qual vai além dos dados de fato e só pode ser revelado por intermédio da visão de mundo destas pessoas.

Este panorama exige uma visão que transcenda a objetividade, em contraste às concepções positivistas, conforme a crítica de Mello (1991, p. 96) ao defender uma corrente humanista “que procura interpretar a multiplicidade dos acontecimentos do mundo vivido, trabalhando, para tanto, com valores e sentimentos dos seres humanos, justo o oposto das perspectivas positivistas que não pretendem ou tampouco conseguem explicar o mundo vivido, com suas leis e teorias mecanicistas, acabadas e abstratas”.

Assim sendo, este estudo de caso depende da consideração de aspectos subjetivos, para os quais a fenomenologia oferece a possibilidade de buscar a essência do fenômeno, não se prendendo ‘aos dados de fato’, conforme preconiza Edmund Husserl (1859 - 1938), filósofo que apresenta a fenomenologia como ciência do conhecimento.

2.2 Uma abordagem fenomenológica

Para o fenomenólogo, não interessa a análise desta ou daquela norma moral, porém compreender por que esta ou aquela norma são normas morais e não, por exemplo, normas jurídicas ou regras de comportamento. Da mesma forma, o fenomenólogo não se interessará (ou pelo menos, não se interessará principalmente) em examinar os ritos e os hinos desta ou daquela religião; ao contrário, ele se interessará por compreender o que é a religiosidade, ou seja, o que transforma ritos e hinos tão diferentes em ritos e hinos religiosos (REALE; ANTISERI, 1990, p. 554).

A fenomenologia surge como uma crítica ao positivismo da ciência formal, sobretudo à psicologia que gozava de grande prestígio no final do século XIX e tendia a converter-se na chave de explicação da teoria do conhecimento e da lógica, sobrepondo-se à filosofia (HUSSERL 'Vida e obra', 1988, p. vii). Edmund Husserl inicia este movimento de pensamento, opondo-se ao naturalismo e objetivismo de uma ciência pretenciosa de ser a única forma de descrever o mundo na sua verdadeira realidade.

Colocar o conhecimento em questão é o 'primeiro grau de consideração fenomenológica' proposto por Husserl (2000, p. 22) em 'A Idéia da Fenomenologia', onde foram publicadas suas 5 lições sobre o método fenomenológico, pronunciadas em 1907. Ao questionar a validade de todo o saber, faz uma crítica às premissas do conhecimento científico, encontrando a resposta na fenomenologia: "O método da crítica do conhecimento é o fenomenológico; a fenomenologia é a doutrina universal das essências, em que se integra a ciência da essência do conhecimento".

Compreendemos que a fenomenologia quando questiona o conhecimento baseado em critérios positivistas, passa a valorizar aquilo que está por traz do que aparece em forma de dados e fatos. O que aparece é o fenômeno, composto por coisas como objetos. A fenomenologia busca o sentido do fenômeno, ou seja, a sua essência revelada pelos objetos. Como captar esta essência? Retornando *as coisas mesmas* e descrevendo os modos típicos que os objetos se apresentam à consciência, mas para tal, é necessário descobrir o seu significado por meio da forma como eles são vivenciados.

Assim, o "método fenomenológico se mostra eficaz pela sua capacidade de remontar até às origens dos fenômenos e, portanto, não só descrevê-los na sua manifestação exterior, mas também evidenciar as fontes que os produziram. É o ser humano que deve ser investigado como produtor das manifestações que foram observadas..." (BELLO, 1998, p. 12)

Pela fenomenologia, passamos a vislumbrar que *as coisas* são apenas representações de essências, portanto "A palavra de ordem da fenomenologia é a do retorno às próprias coisas" (REALE; ANTISERI, 1990, p. 554), para então descobrirmos as suas essências.

Nas palavras de Husserl (2000, p. 32) "as coisas simplesmente existem e, no intuir verdadeiramente evidente existem na consciência, e o ver centra-se

simplesmente nelas”. Então o que vemos, são as coisas, as quais remetem suas essências, captadas pela consciência.

A capacidade de intuição nos permite apreender, isto é, captar o sentido das coisas. Seguindo as recomendações de Bello (2004, p. 80), em lugar de utilizar o termo sentido, utilizamos o termo essência (*eidós*). Como exemplo deste *apreender*, a autora utiliza o exemplo apresentado por Husserl em *Idéias I*:

Se ficarmos calados, o que nós ouvimos? O que estamos escutando? Um barulho de máquina. Todos percebemos qual era o barulho? Sim, todos ouvimos o barulho. E nós sabemos o que é imediatamente este barulho? Captamos imediatamente a essência do barulho? Sim, nós conseguimos captar a essência do som, neste barulho. Esse é um barulho, mas também um som e nós sabemos também distinguir, logo, imediatamente intuímos o sentido do som. Da mesma forma, se nós fechamos os olhos e depois os abrimos, vemos a luz, captamos imediatamente o sentido da luz.

Observa-se que intuir a essência se difere de perceber o fato em si, ou seja, ela se refere ao sentido atribuído ao fato, sendo capaz de identificá-lo. “A fenomenologia não é ciência de fatos, e sim ciência de essências” (REALE A ANTISERI, 1990, p. 554)

A essência é aquilo que traduz o ser como tal na impossibilidade de ser outra coisa que o que é, ou conforme um exemplo de Dartigues (2005, p. 20), identifica um triângulo como triângulo inscrito em qualquer quadro-negro do mundo, independentemente das circunstâncias em que ele apareça.

Reale e Antiseri (1990, p. 555) exemplificam: “Como podemos dizer que este é ato de simpatia, aquele gesto de ira, este outro comportamento desesperado ou aquele outro ainda comportamento de santidade se não houvesse precisamente essências, ou seja, idéias essenciais, de simpatia, de ira, de desespero ou de santidade?”.

Para atingir a essência do fenômeno deve-se efetuar o ‘segundo grau de consideração fenomenológica’ apresentado por Husserl (2000, p. 23), que é o processo de redução fenomenológica ou *Epoché*, afim de que a investigação se ocupe apenas das operações realizadas pela consciência. Nela, tira-se a existência factual, permanecendo a essência (redução à essência). A existência fica de lado, ou na linguagem husserliana, é colocada ‘entre parênteses’, para que a essência fique em evidência.

Em geral, é preciso suspender o juízo de toda a existência efetiva do mundo exterior para que possamos retornar à consciência e ver nela a essência dos objetos.

Este processo só é possível se buscarmos o significado destes objetos na vivência. “De modo genial Husserl descobriu a origem das várias maneiras de pensar o mundo nas ‘experiências vivenciais’, isto é, nas formas em que se configuram interiormente tais experiências. Não se trata por certo de uma produção do tipo idealista, mas do estudo da forma em que a realidade é percebida” (BELLO, 1998, p. 12).

A experiência pretendida por Husserl é esta experiência de caráter perceptivo (BELLO, 2004, p. 88):

Para introduzir a posição de Husserl a respeito, façamos um “experimento” semelhante ao anterior. Tomemos um copo: o que nós estamos fazendo agora? Estamos vendo um copo. Qual sentido utilizamos para isso? A visão. E eu que estou tomando o copo nas mãos, qual o sentido que eu estou utilizando? Dois: o tato e a visão. Eu estou utilizando as duas sensações: do tato e da vista. Nós nos damos conta de ver o copo? Sim. Temos consciência de ver o copo? Sim, pois nós estamos refletindo acerca do fato de que temos consciência do fato de vermos o copo. Vocês vêem apenas o copo? Vocês têm consciência das outras coisas que estão aqui a nossa volta, mas a reflexão, nesse momento, para onde vai? Somente na direção do copo. Quando nós vemos e tocamos o copo e temos consciência disso, o que nós estamos vivendo? A sensação de tocar e do ver: ou seja, nós estamos percebendo o copo. Esse *ter percepção* é vivido por nós, nós estamos vivendo a percepção. O *ter percepção* é vivido. Então, nós nos damos conta de perceber. E o que é esse perceber? Esse perceber é o fato de que estamos vivendo uma sensação: *estamos vivendo*.

Utilizando o termo alemão, perceber é um *Erlebnis*⁸, é aquilo que nós estamos vivendo nesse momento através de uma sensação, é o registro da sensação, da qual temos consciência.

Apesar de termos consciência de termos visto ou tocado em algo, nem sempre registramos a experiência de viver estas sensações, de estar refletindo sobre elas. Então não podemos considerar que o *Erlebnis* ocorre constantemente, já que não estamos a todo o momento refletindo acerca das sensações que temos, pois isto dependeria da intenção de fazê-lo, ou seja, da intencionalidade da consciência.

⁸ Em vez de utilizar toda essa frase comprida, na língua alemã é possível usar um substantivo, um vocábulo apenas, o que é o perceber? É um *Erlebnis*. *Leb* indica vida, *leben* significa viver e *er* é uma espécie de reforço que significa: estou vivendo *exatamente isso* nesse momento (BELLO, p.88)

Na fenomenologia, admite-se que os objetos são visados pelos atos intencionais da consciência, já que toda consciência é consciência de alguma coisa. Assim sendo, a consciência não é uma substância, mas uma atividade constituída por atos como percepção, imaginação etc.

Retomando o exemplo do copo, podemos dizer que ele em si não é uma vivência nossa (*Erlebnis*), pois ele simplesmente existe (existência) e está fora de nós. Mas o copo enquanto percebido é uma vivência nossa (enquanto percebido, não enquanto existência). O copo *existente* está fora de nós; o *copo enquanto percebido* está dentro de nós. Ele passa a fazer parte da nossa vivência quando é percebido, quando o perceber é dirigido para o copo, tende para o copo de forma intencional.

Dartigues (2005, p. 26) reforça que “A tarefa efetiva da fenomenologia será pois, analisar as vivências intencionais da consciência para perceber como aí se produz o sentido dos fenômenos, o sentido desse fenômeno global que se chama mundo”.

2.3 A fenomenologia na geografia: uma perspectiva humanista

Quando a fenomenologia passa a ser incorporada pela geografia a partir da década de 1970, inicia-se o surgimento de uma perspectiva humanista para a geografia. Edward Relph foi um pioneiro na discussão sobre o uso do método fenomenológico pela geografia, enfatizando sua importância para renovar a disciplina, apesar de observar o total desconhecimento ou desprezo de seus colegas na época (exceção feita a Carl Sauer) (HOLZER, 2001, p. 105).

A fenomenologia despertou o interesse de geógrafos que estudavam os temas culturais, ressaltando a importância de se estudar os aspectos do mundo vivido, que por alguns autores passa a receber um recorte geográfico de ‘espaço vivido’.

Ao pesquisarmos o mundo vivido, verifica-se que sua complexidade é extrema, conforme alerta Relph (1979, p. 04) “o mundo-vivido não é absolutamente obvio, e os seus significados não se apresentam por si mesmos, mas têm de ser descobertos”. Para desvendá-lo sem destruir a complexidade dos seus significados, o autor apresenta o ‘método fenomenológico’ como a melhor opção, pois este varia

de acordo com a situação estudada, já que se trata do que é experienciado no mundo-vivido e cada vivência é diferente da outra.

Anne Buttmer (1982) encontrou na fenomenologia uma filosofia para balizar o fazer geográfico, discutindo amplamente os aspectos do mundo vivido, especialmente em seu artigo 'Apreendendo o dinamismo do mundo vivido' de 1976, publicado em português em 1982 (*in* Christofolletti). A autora também transmite a idéia de intersubjetividade, alertando que a fenomenologia não se restringe apenas no modo subjetivo de conhecimento que descarta qualquer relação com o modo objetivo, mas reconhece a validade de ambos apresentando uma terceira opção:

Enquanto o modo subjetivo concentra-se na experiência individual única, e o modo objetivo procura a generalização e proposições testáveis acerca da experiência humana agregada, o modo 'intersubjetivo' ou modo fenomenológico esforçar-se-ia para elucidar um diálogo entre pessoas individuais e a 'subjetividade' do seu mundo (BUTTIMER, 1982, p. 175).

Desta forma, ao adotar uma atitude intersubjetiva para esta pesquisa, não houve a pretensão de se obter uma verdade absoluta calcada na generalização das informações coletadas pelo pesquisador como sujeito considerando a comunidade como objeto.

A fenomenologia não segue um padrão que permita repetir experimentos e encontrar os mesmos resultados, sendo que a intenção do método é descrever, não explicar os fenômenos da experiência imediata. Para tal, antes de tudo é necessário reconhecer a complexidade e ambigüidade do fenômeno, ao invés de procurar simplificá-lo e resolvê-lo, pois não é preciso ser universal para ter significado.

Sobre o estudo de caso no roteiro "Caminhos de Guajuvira" a perspectiva fenomenológica permite explorar situações, valores e práticas com base na visão de mundo dos moradores rurais como os próprios sujeitos da pesquisa. Evidencia-se então, a necessidade de uma pesquisa que se sustente no saber destes indivíduos, requerendo a postura fenomenológica que trate de descrever, compreender e interpretar os fenômenos ligados ao turismo que se apresentam à percepção.

2.4 A Geografia Humanista

Como vimos, a geografia humanista surge a partir de 1970, com a inserção da fenomenologia na geografia, principalmente por geógrafos que estudavam os temas culturais. Assim, esta vertente humanista herda algumas contribuições da geografia cultural, nas palavras de Holzer (1992, p. 46):

(...) manter vivo o culturalismo e antropocentrismo em meio a um cenário fortemente quantitativo, (...); respeitar a diversidade de temas e interesses como 'modus vivendi', o que a manteve aberta para temas novos como o da percepção ambiental; a ênfase na interdisciplinaridade (...)

A geografia vai mais além quando abre a possibilidade de estudarmos as “concepções geograficamente subjetivas do mundo, que existem na mente de inumeráveis pessoas comuns” (Wright apud HOLZER, 1992, p.55), ao vislumbrar a perspectiva humanista para a geografia. Esta abertura permite que a geografia passe a desenvolver estudos sobre a percepção das pessoas em relação ao seu ambiente de vivência, considerando inclusive os saberes ditos ‘não científicos’ como fonte de conhecimento.

Esta postura suscita a possibilidade de se lidar com uma multiplicidade de pontos de vista, exigindo sensibilidade do pesquisador, o que vem a se opor aos métodos positivistas. O resultado estará ligado a várias formas de ver o mundo, porém nenhuma corresponderá a uma verdade única, já que cada pessoa enxerga sob um determinado ângulo.

As visões particulares do mundo divergem umas das outras, pois até mesmo os indivíduos de uma mesma cultura, que falam a mesma língua, podem percebê-lo e compreendê-lo diferentemente. Certos aspectos que possuem extrema importância em uma cultura podem ser indiferentes para outra, bem como cada grupo tem um modo de organizar-se como sociedade, intervindo nas formas do indivíduo encarar seu mundo, experienciá-lo e compartilhá-lo.

Os mundos pessoais passam a ter valor para a vertente humanista, inclusive ao aprofundar-se naquilo que ainda é uma porção incógnita, como a *terrae*

*incognitae*⁹ de Wright “... existem *terrae incognitae* pessoais, comunitárias e nacionais: há a *terrae incognitae* para tradições culturais e civilizações diferentes; e também há a *terrae incognitae* para a ciência geográfica contemporânea” (LOWENTHAL, 1982, p. 118).

No seu livro “O humanismo na Geografia”, o suíço Bailly (1990) apresenta a geografia humanista como:

(...) uma geografia que não tem mais vergonha de sua subjetividade e que, ao contrário, a utiliza para revelar as consciências coletivas, descobrir os vestígios das memórias e participar da criação dos lugares. O espírito humano nisto deveria ajudar a geografia a tornar-se mais sensível aos problemas do cotidiano, do imaginário, e assim tornar-se mais pertinente.

Dentro destas perspectivas, o trabalho também utilizou os estudos de Yi-Fu Tuan¹⁰, que contribui para o fortalecimento da geografia humanista, difundindo que ela “tenta especificamente entender como as atividades e os fenômenos geográficos revelam a qualidade da consciência humana” (TUAN, 1982, p.146).

Em seu livro “Topofilia - Um estudo da percepção e valores do meio ambiente” (traduzido para o português em 1980, por Livia de Oliveira), Tuan atribui sentido ao “lugar” como categoria de estudo, revelando que há uma relação afetiva deste com o indivíduo, marcada pelas suas experiências pessoais ligadas a valores e ao modo como percebe o meio ambiente. Ao sentimento de afeição aos lugares, dá o nome de “topofilia” e, ao de rejeição, “topofobia”, ambos ligados a este modo de perceber preconizado pelo autor.

Entendemos que o conceito de lugar transcende os aspectos físicos de um local, mas é construído por meio do sentido que cada pessoa pode atribuir a ele. O lar é um exemplo típico de lugar, o qual está intimamente ligado àquilo que é conhecido e transmite segurança.

A idéia de lugar diferencia-se de espaço: “*espaço* é mais abstrato do que *lugar*. O que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor” (TUAN, 1983, p. 06).

Bailly (1989, p. 54) nos ajuda a entender mais aspectos desta relação do homem com o lugar, a qual não pode ser compreendida pelo racionalismo:

⁹ “*Terrae Incognitae: the place of the imagination in geography*”, publicada em 1947.

¹⁰ Geógrafo, nascido na China em 1930, desenvolveu pesquisas em universidades dos EUA.

O homem é ator geográfico, o lugar é seu espaço de vida; todas as relações aí se misturam numa trama de ligações que veiculam nossos sentimentos pessoais, nossas memórias coletivas e nossos símbolos. Não pode existir somente uma visão de um lugar (...). Beleza e deformidade nos remetem ao homem, e a construção mais deteriorada se torna soberba, rica, dotada de alma. Basta uma emoção, e uma lembrança, às vezes de uma coisa de nada, para o espaço ser tornado lugar, passa-se a viver (vivido). Mas o racionalismo não o compreenderá jamais, porque ele não pode explicar objetivamente a ligação do ancião a sua casa sórdida, as pichações/grafites de revolta do colegial, a festa na favela mais assustadora de Calcutá.

Tendo em vista a topofilia como “o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico” (TUAN, 1980, p. 04), este trabalho se propôs a investigar qual é a relação do turismo com o espaço vivido, tomando como base o ‘sentido de lugar’ arraigado nos moradores de Guajuvira. Que sentimento o turismo desperta nas pessoas deste lugar?

Seguindo esta linha de pensamento, a geografia humanista nos leva a desvendar a percepção das pessoas em relação ao seu ambiente de vivência.

Quando falamos de estudos de percepção dentro do contexto da representação geográfica, Oliveira (2002, p. 195) nos remete a cognição. A autora reforça a importância da percepção e da cognição aliadas a representação, considerando análises pragmática, laboratorial e estudos quantitativos, mas destaca a relevância aos estudos qualificativos para se conhecer a percepção e cognição de moradores e usuários de lugares.

Para Oliveira, (2002, p. 192), a cognição estaria ligada à percepção que cada um constrói da realidade, construindo o objeto de conhecimento, de maneira a apreender o mecanismo desta construção, formando o símbolo do próprio objeto, como uma espécie de imitação interiorizada.

Neste trabalho, priorizamos a concepção de mundo vivido, pois Buttimer (1982, p. 180) nos faz compreender que os dados primários para a percepção estão ligados ao comportamento em uma relação ‘corpo-mente’, sendo que a perspectiva da experiência expandiria esta relação para o patamar ‘pessoa-mundo’. O comportamento poder ser considerado a parte superficial de um *iceberg*. Registrá-lo

é apenas uma abertura para os horizontes do espaço vivido, uma vez que o mais relevante é a experiência vivenciada no mesmo.

Buttimer (1982, p. 172) explica que o mundo-vivido não é “um mero mundo de fatos e negócios... mas um mundo de valores, de bens, um mundo prático. Está ancorado num passado e direcionado para um futuro; é um horizonte compartilhado, embora cada indivíduo possa construí-lo de um modo singularmente pessoal”.

Partilhando da mesma terminologia, Relph (1979, p. 06) chama a atenção para um mundo-vivido cultural, onde passamos a maior parte da nossa vida diária e está cheio de significados para nós: espaços, ruas, edifícios, paisagens. Este faz parte do ‘mundo social e cultural’ repleto de intersubjetividade, diferindo-se do ‘mundo natural’ que nos é dado e está pré-determinado antes de nascermos. Estes mundos se distinguem apenas tematicamente, pois na experiência estão inter-relacionados.

Kozel (2001, p. 146) expõe que “somente uma leitura interiorizada do vivido humano pode nos permitir compreender os homens e conseqüentemente a sua organização espacial”, entendendo “mundo vivido” na visão de Husserl como o “conjunto de coisas, valores, bens e mitos inerentes a um mundo subjetivo”, sendo construído pela troca de significações, considerando o fato cultural como portador de sentido e gerador de significados.

Desta forma, o conceito de mundo vivido, trazido pela fenomenologia foi um conceito chave para realizarmos este trabalho e entendermos os mapas mentais, não só como um produto cognitivo que procura imitar a realidade, mas como uma construção que pode assumir um caráter sócio-cultural. Isto nos permite enxergar mais além das representações espaciais apenas como um sistema referencial, mas sobretudo “compreender os sentidos da consciência espacial, incorporando aportes lingüísticos e socioculturais” (KOZEL, 2002, p. 217), processo que vem ocorrendo a partir da década de 1980.

Assim, é este mundo vivido que interessou para a presente pesquisa, onde atribuímos papel secundário às características individualizantes e comportamentais advindas da cognição. Nesta trajetória, Tuan (1980, 1982, 1983) nos ajudou a compreender o papel dos sentidos no processo de percepção, mas principalmente da cultura presente na experiência de mundo vivido.

Tuan (1980) mostra que a percepção se dá através dos sentidos (mecanismos biológicos), mas explica que a cultura influencia na forma de perceber,

de formar uma visão de mundo e de ter atitudes em relação ao ambiente. Descreve como as características culturais dos diferentes grupos humanos interferem no modo de perceber o ambiente, porém combinadas a elas, deixa claro o influente papel da sensibilidade biológica humana neste processo perceptivo.

Tuan (1983, p. 05) chama a atenção para a capacidade excepcional humana de criação de símbolos. Considerando o simbolismo humano e sua percepção através dos sentidos, as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar. A maneira como isto acontece tem na cultura um fator explicativo, afirmando que “A cultura é desenvolvida unicamente pelos seres humanos. Ela influencia intensamente o comportamento e os valores humanos”.

Para o estudo do Guajuvira seguimos com as idéias de Tuan, Kozel, Buttimer, Bailly e Relph que consideram a influência da cultura no processo de percepção, tomando como referência os aspectos do mundo vivido, atitude que transcende os estudos de comportamento e de cognição.

Assim, a percepção acontece de forma subjetiva, a partir do seu mundo vivido e nele procuramos como o elemento ‘turismo’ está representado e que tipo de relação existe entre famílias de proprietários rurais de Guajuvira e esta atividade.

Entendemos que embora se trate de visões particulares, o modo com que elas são filtradas é afetado pelo contexto social e cultural em que estão inseridas, cabendo ao papel da experiência, a perspectiva de uma concepção de um espaço vivido que considere a participação de consensos coletivos, já que “o indivíduo examina a sua experiência e procura denominadores comuns na experiência dos outros” (BUTTIMER, 1982, p.185).

Remetendo-nos ao estudo de caso, consideramos que a experiência vivenciada pela comunidade do Guajuvira com a atividade turística foi essencial para compreendermos o modo como o turismo é encarado na esfera familiar.

Como captar estes aspectos subjetivos expostos? Não se trata de um conhecimento linear e seqüencial que pode ser traduzido por uma análise quantitativa, mas de um conhecimento subjetivo que precisa ser abarcado por uma abordagem qualitativa. Para tal, como nos referimos anteriormente, associamos a observação participante e os procedimentos metodológicos provenientes dos mapas mentais.

2.5 Os Mapas Mentais no contexto da Geografia das Representações

Quando nos referimos ao termo *mapas*, podemos pensar nos sistemas de representação cartográfica, capazes de mensurar e representar o espaço físico com exatidão. Contudo, é importante compreender que além da representação precisa da superfície da terra, os mapas podem construir e comunicar idéias, mitos, costumes e fatos diversos, através da forma com que pessoas comuns expressam graficamente suas imagens mentais, sobre seus lugares de vida, por exemplo.

Entretanto, este não é um aspecto novo relativo aos mapas, pois “esses registros eram praticados entre os grupos humanos desde a mais remota época, pela necessidade de referenciar suas rotas, caminhos e territórios, integrando o vivido e as práticas socioculturais, incorporando ao longo dos tempos novos valores” (KOZEL, 2006, p. 131).

Esta concepção que entende as imagens como uma possibilidade de leitura dos valores humanos passa a ter eco na geografia, a partir dos estudos da “Geografia Comportamental e da Percepção, posteriormente resgatada com ênfase pelas vertentes humanística, cultural e ambiental, atualmente apontando em direção à Geografia das Representações” (KOZEL, 2006, p. 142).

Bailly é um dos precursores da vertente geográfica das representações:

Esta geografia, consciente de sua subjetividade, analisa ao mesmo tempo os discursos e as práticas espaciais, para resgatar aí, através da estrutura das representações, coerência e repetição; não somente aquela dos homens que raciocinam, mas também aquela daqueles que experimentam sentimentos e se amarram aos seus lugares de vida (BAILLY, 1991, p. 21).

Em oposição a uma geografia regional tradicional, Bailly (1995, p. 25–34) vislumbra a necessidade de repensar a “estrutura em gavetas (...) que queria tudo explicar, do meio físico às atividades econômicas. As representações em geografia nos ensinam, ao contrário, a diversidade das práticas, das mentalidades e dos vividos e a variedade das racionalidades”.

O autor fala da necessidade de se fazer uma geografia “atenta ao vivido dos homens para compreender suas aspirações” e desenvolver uma geografia destinada a todos os homens, e não somente aos técnicos.

Esta abordagem geográfica vê os mapas como construções socioculturais, pois “Ao criar as formas do mundo, [as pessoas] estabelecem sentidos que expressam o cultural e o social, produtos de seu entendimento sobre o espaço vivido, percebido, sentido, amado ou rejeitado” (KOZEL, 2006, p. 141). Nas suas pesquisas, Kozel (2001, 2002, 2006) constata que os mapas como construções socioculturais utilizam-se das imagens como meio de informação, comunicação e vivência.

Os mapas mentais são utilizados como ferramentas para estudos de percepção ambiental, na medida em que são vistos como “formas de comunicar, interpretar e imaginar conhecimentos ambientais” (SEEMANN, 2003, p. 10), auxiliando na compreensão das atitudes das pessoas em relação ao meio ambiente.

Como um dos principais aportes metodológicos da Geografia das Representações, os mapas mentais têm motivado muitas pesquisas no campo pedagógico ligadas ao ensino médio e fundamental da geografia, especialmente por refletirem a compreensão social e cultural das crianças que os produzem.

Assim, vemos o mapa no contexto de uma abordagem humanista e não como um produto vinculado às normas cartográficas que desconsiderem o imaginário e as heranças socioculturais.

Neste sentido, apresentamos a trajetória dos estudos que culminaram no desenvolvimento dos mapas mentais pela geografia, adaptado de Kozel (2001; 2006):

- A teoria das representações, nascida da psicologia social, evoluiu a partir dos trabalhos de Durkheim sobre as representações coletivas e de Piaget sobre a representação do mundo da criança (André; Bailly, 1990).
- A preocupação em desvendar as imagens passa a se explicar a partir da década de 1960, visando as novas perspectivas de comunicação, despertando interesse principalmente de antropólogos, sociólogos, geógrafos e urbanistas.
- Estas imagens espaciais foram denominadas mapas cognitivos, mapas conceituais e posteriormente mapas mentais.
- Nos desdobramentos dessas teorias incorporam-se conceitos psicológicos, substituindo-se os métodos comportamentais pelos cognitivos, destacando que o valor comunicativo do símbolo só se consolida no processo de cognição dos indivíduos.
- A leitura das imagens também se vincula a pesquisas sobre percepção do meio associadas ao comportamento e à ação humana, tendo em vista o diagnóstico e o planejamento de ações e a organização social.
- Gould (1973) direcionou suas pesquisas ao planejamento urbano e regional, investigando através dos mapas mentais (percepção avaliativa) como a distância existente entre as pessoas e o lugar pode interferir no processo de construção da imagem.

- O estudo de Lynch (1980) foi um dos pioneiros na utilização dos mapas mentais relacionados à percepção das pessoas em relação ao lugar, objetivando o planejamento ambiental e urbano.
- Os estudos de Gould (1973), André (1998), André e Bailly (1985), Bailly et al. (1995) e Merenne-Shoumaker (1986) demonstraram que os mapas mentais estão relacionados aos significados que as pessoas atribuem ao mundo real.

Entendemos neste trabalho, que os mapas mentais são constituídos a partir da apreensão do real filtrada pelos sentidos e por diversos outros fatores com ênfase aos socioculturais, intervenientes na construção da imagem mental.

Destarte, os mapas acompanham um conceito elaborado por Bailly (1990) sobre a geografia das representações apontando-a como “‘Criação social e individual de esquemas pertinentes do real’ que faz apelo ao imaginário enquanto ‘representação simbólica evolutiva’”.

Apesar de se articular com o imaginário, para ocorrer a construção mental, frisamos que a percepção é de algo real, portanto o produto está fundamentado no concreto, nas ocorrências de um mundo vivido e, conforme alerta Kozel (2006, p. 143) “não são construções imaginárias, de lugares imaginários”.

De acordo com a autora estes processos:

(...) se iniciam visualmente com a representação de algo passando pela imaginação, sendo que um dos seus papéis principais é a conceituação do real, propiciando um agir, em princípio, por intermédio do simbólico (desenhos), refletindo a imagem mental. A percepção, o pensamento e a ação se constituem em componentes importantes da atividade humana, pois percebemos, construímos e agimos sobre o que é percebido. Observa-se também que a percepção resulta do esforço das sensações que decorrem dos estímulos do meio ambiente, de experiências passadas, idéias, imagens, expectativas e atitudes.

Assim, o processo de formação dos mapas vai do concreto ao simbólico, ou como diz Seemann (2003), “do mental ao material ou vice-versa”. Este método também é considerado uma forma de comunicação espacial entre as pessoas, refletindo um contexto sociocultural a que o indivíduo pertence, não sendo apenas mero reflexo da realidade, pois o ato de filtrar, mentalizar uma gama de significações e representá-las graficamente se constitui em construção.

É válido destacar que não discutimos as representações no sentido da Teoria das Representações Sociais, de Moscovici (1995), uma proposta integradora que entende a reciprocidade entre as Ciências Psicológicas e as Ciências Sociais. Contudo, é válido lembrar que o estudo das representações sociais tem gerado resultados profícuos para a consolidação da Geografia das Representações, como nos estudos de Gil Filho que concebe um espaço de representação, ao compreender que a prática mental e social do homem imprime transformações na natureza que, através do entrelaçamento das relações sociais, configuram uma particular representação do espaço (GIL FILHO, 2003, p. 12).

Dentro dos princípios anteriormente colocados, o propósito deste estudo foi compreender como o turismo é representado na visão dos moradores diretamente envolvidos com o Caminhos de Guajuvira. Quais os significados estariam imbricados nestas representações?

O encaminhamento dos mapas mentais nesta pesquisa teve como foco o *locus* de vida materializado na propriedade, entendendo que as transformações no mundo vivido destas pessoas tem eco na maneira de organizarem seu espaço.

Deste modo, consideramos os mapas mentais como a metodologia apropriada para compreender o significado do turismo no mundo vivido das pessoas que recebem os turistas em suas casas, já que através desta forma de representação percebem e imaginam sua realidade concreta com a presença do turismo, fazem uma filtragem (emocional, cultural, social e outras), constroem uma imagem mental, expressam-na (desenho) simbolicamente, refletindo um contexto sociocultural.

3. A PERSPECTIVA DO TURISMO

Para conhecermos melhor o processo de mudanças que vem ocorrendo e as novas experiências vivenciadas pelos integrantes do roteiro Caminhos de Guajuvira, é importante entendermos como o turismo vem ocorrendo neste local.

Neste capítulo, apresentamos, sobretudo, noções referentes à dinâmica do turismo, seus elementos principais e terminologias usuais, com foco na elaboração de roteiros.

Em se tratando de um ambiente rural, enfocamos os aspectos concernentes ao turismo rural com o intuito de entender o tipo de turismo que está ocorrendo no Distrito de Guajuvira. Este assunto tem desdobramento na problemática cultural provocada pela atividade.

Procuramos ainda situar a fenomenologia nos estudos de turismo e mostrar sua importância e o respaldo para as análises e reflexões deste trabalho.

3.1 Roteiros turísticos

A atividade turística enfoca predominantemente as viagens e os aspectos delas decorrentes. As pessoas são motivadas a viajar, principalmente em busca de lazer, descanso, sair da rotina, entre outros estímulos que as levam a procurar locais de interesse, chamados de atrativos turísticos. Este deslocamento e permanência fora de seu local de residência gera a necessidade de uma série de serviços e infra-estruturas. As relações entre todos estes elementos, o espaço em que eles ocorrem e os efeitos positivos e negativos que eles provocam fazem parte da complexidade do fenômeno turístico.¹¹

¹¹ Termos normalmente utilizados nos estudos de turismo, adaptado do Ministério do Turismo (BRASIL, 2005, p. 03) e de Boulliön (2002, p. 39-41): **Demanda turística** - refere-se aos turistas que visitam uma região, país, zona, centro turístico ou atrativo. É quantificada e analisada conforme seu perfil, preferências, e, na sua relação com os centros receptores pode ser identificada como real, potencial, futura, histórica, entre outras classificações; **Atrativo turístico** - local, objeto, equipamento, pessoa, fenômeno, evento ou manifestação capazes de motivar o deslocamento de pessoas para conhecê-los; **Serviços e equipamentos turísticos** - conjunto de serviços, edificações e instalações indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística. Compreendem os serviços e os equipamentos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, para eventos, de lazer etc; **Infra-estrutura de apoio ao turismo** - conjunto de obras, de estrutura física, equipamentos e serviços que proporciona boas condições de vida para a comunidade e dá base para o desenvolvimento da atividade turística. Ex.: transporte, energia elétrica, abastecimento de água, arruamento, escolas etc; **Oferta turística** - conjunto de atrativos, serviços, equipamentos turísticos e infra-estrutura de apoio ao turismo; **Destino turístico** - local, cidade, região, ou país, para onde se movimentam os fluxos turísticos; **Produto turístico** - conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, ofertado de forma organizada por um determinado preço.

Conforme vimos anteriormente, um roteiro da forma pertinente ao estudo de caso, compreende vários atrativos dispostos num determinado espaço, interligados por vias de acesso, normalmente sinalizadas de forma a prestar orientações ao visitante.

Dentro da nomenclatura freqüentemente utilizada pelas agências de viagens, roteiro é a designação dada à programação de uma viagem, responsável por ordenar e descrever os locais a serem visitados e as atividades previstas dentro de um pacote turístico.

Para o Ministério do Turismo, o roteiro turístico é considerado um “itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade”, sendo “definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística” (BRASIL, 2005. p. 03).

Esta definição de roteiro turístico deve ser compreendida dentro do contexto do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, o qual apresenta a ‘roteirização turística’ como uma Diretriz Operacional que visa à criação de novos produtos turísticos com qualidade e, a ampliação, a diversificação e qualificação dos já existentes, contribuindo para o objetivo do programa de regionalizar a oferta turística (BRASIL, 2005).

A regionalização é entendida como “a organização de um espaço geográfico em regiões para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização integrada e compartilhada da atividade turística” (BRASIL, 2004, p. 11). A região turística é definida como um “espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território”. Ela pode ser constituída por municípios, distritos e áreas de um ou mais estados ou países, não estando vinculada aos limites geopolíticos pré-estabelecidos no país. Deve ser entendida diferentemente das macrorregiões brasileiras (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste, Centro-Oeste) (BRASIL, 2005, p. 03).

O programa prevê a integração entre as diversas esferas do poder público e da sociedade civil, pois exige um esforço no sentido de construir coletivamente um novo modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada.

A diretriz ‘Roteirização Turística’, constante no Módulo 7 do programa é dirigida ao poder público, à iniciativa privada e à comunidade, oferecendo orientações para a constituição de roteiros turísticos. Tais orientações subsidiam a

integração de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infra-estrutura de apoio ao turismo (BRASIL, 2005, p. 01).

O programa enfatiza a finalidade mercadológica do processo de roteirização a ser efetivado por meio da inserção de produtos diferenciados nos mercados nacional e internacional, destacando a importância de um Plano de Marketing. A roteirização é considerada como “o processo que estrutura a oferta de uma região, em um produto rentável e comercialmente viável” (BRASIL, 2005, p. 05).

Associando este conceito com a idéia de região turística, prevê-se que um roteiro turístico deverá ser planejado para que se torne um produto turístico, o qual pode estar inserido dentro de uma região turística entre outros produtos que façam parte dela.

Vemos que o roteiro é um facilitador no momento de organizar a oferta turística e divulgá-la ao público e às agências que vão comercializá-la. É uma forma de priorizar e direcionar investimentos em infra-estrutura e serviços em um determinado espaço, por parte dos promotores da atividade turística de um município, estado ou região, auxiliando como instrumento de planejamento turístico.

Portanto a finalidade principal de um roteiro é a organização da oferta turística que promove, envolvendo os atrativos como foco principal. Para o estudo de caso no Distrito de Guajuvira nos concentramos nas características da oferta turística inseridas no roteiro, as quais incidem diretamente no dia a dia das famílias que fazem parte dele.

3.1.1 Roteiros e oferta turística

Em relação aos componentes da oferta turística, os serviços, os equipamentos turísticos e a infra-estrutura de apoio ao turismo, só tem razão de existir em torno de um atrativo que motive as pessoas a viajar, e conseqüentemente, a requerer estes bens e serviços. O que é enfatizado por Boullón (2002, p. 46) quando afirma que “na realidade, os serviços são mais um meio do que um fim: o fim é a prática de atividades turísticas”.

Apesar de não serem a motivação principal dos turistas, estes elementos, aparentemente complementares, incidem diretamente na experiência de viagem, já que a falha de um deles pode comprometer os demais. Bahl (2004b, p. 53) ressalta

a necessidade da adequação das localidades receptoras, salientando a importância do amparo de uma entidade voltada ao turismo que direcione o recebimento dos visitantes, possibilitando a adequação de estruturas e equipamentos.

No Roteiro “Caminhos de Guajuvira” a estrutura de apoio, comunicação, sinalização, informação foi providenciada pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, que também desempenha o papel de orientar os participantes do roteiro a manter e reaproveitar instalações e equipamentos já existentes, além de recomendações sobre atendimento ao turista.

A relevância de tais procedimentos vai além da preservação de estruturas físicas. Conforme explica Bahl (2004b, p. 53), “a manutenção de elementos de valor altamente significativo para a própria localidade (como edificações, monumentos, praças e parques, entre outros) é um dos grandes desafios para a qualificação da localidade, e implica respeitabilidade para com os seus moradores e preservação de valores e costumes da comunidade”.

É válido esclarecer que os serviços, os equipamentos e a infra-estrutura também podem agregar a função de atrativo, quando além de suprirem as necessidades básicas do turista (o dormir, o comer, o deslocar-se, o acesso à informação etc) passam a oferecer algo que o atraia até lá. Isto é muito comum entre os meios de hospedagem como hotéis de lazer, *resorts*, pousadas ecológicas; ou entre os estabelecimentos de alimentação que investem na gastronomia diferenciada e no conforto e beleza do ambiente; ou nos equipamentos públicos das cidades como pontos de ônibus, sistema de transporte, ciclovias e outros elementos que chamam a atenção pelo projeto urbanístico.

Em Guajuvira observa-se que muitos dos atrativos do roteiro estão atrelados à função de serviços, tanto de forma direta, como o Comercial Iguaçu que é um estabelecimento comercial, quanto pela venda de produtos que ocorre em todos os atrativos turísticos da iniciativa privada (as propriedades rurais) e, pelo serviço de alimentação do ‘café rural’ que é oferecido em um deles. Ressalta-se que os produtos vendidos e o café rural não podem ser considerados apenas serviços, pois traduzem a cultura local, são resultado do trabalho destas famílias e carregam suas práticas e seus saberes. Enfim, eles são atrativos culturais por si só.

Quanto à infra-estrutura pública, o Horto Florestal Municipal de Guajuvira, antes um espaço restrito a produção e distribuição de mudas para a localidade, hoje

consta como um atrativo do roteiro, oferecendo mudas para os visitantes de diversas procedências.

Na teoria do turismo a diversidade dos atrativos turísticos recebe uma classificação por categoria (BRASIL, 2005, p. 12-13):

- **Atrativos naturais:** elementos da natureza que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos (montanhas, rios, ilhas, praias, dunas, cavernas, cachoeiras, clima, flora, fauna);
- **Realizações técnicas, científicas e artísticas:** obras, instalações, organizações, atividades de pesquisa de qualquer época que, por suas características, são capazes de motivar o interesse do turista e, com isso, provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos.
- **Atrativos culturais:** elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura (artesanato, gastronomia etc.);
- **Eventos programados:** eventos que concentram pessoas para tratar ou debater assuntos de interesse comum, negociar ou expor produtos e serviços, de ordem comercial, profissional, técnica, cultural, científica, política, religiosa, turística e muitos outros, com datas e locais previamente estabelecidos.
- **Atividades econômicas:** atividades produtivas capazes de motivar a visitação turística e provocar a utilização de serviços e equipamentos turísticos (fabricação de cristais, agropecuária, extrativismo etc.).

Observamos que estas categorias não contemplam diretamente os atrativos típicos de uma área rural, mas percebemos que grande parte delas pode ocorrer em um ambiente rural, daí nos remetemos à noção de *espaço turístico* de Boullón (2002, p. 79):

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infra-estrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país.

Entre outras características importantes para fins de planejamento turístico, Boullón (2002, p. 75, 76) explica que o espaço turístico possui diferentes formas de expressão material, dentre as quais apresentamos algumas que nos ajudam a entender o roteiro em pauta:

- **Espaço natural virgem:** são aquelas áreas, cada vez mais escassas, do espaço natural sem vestígios da ação do homem.
- **Espaço cultural.** É aquela parte da crosta terrestre que, devido à ação do homem, teve modificada sua fisionomia original. Para destacar que o espaço cultural é consequência do trabalho do homem, voltado ao acondicionamento do solo a suas necessidades, também é chamado espaço adaptado. Conforme o tipo de tarefa que o homem realiza sobre o espaço cultural ou adaptado, originam-se o espaço natural adaptado e o espaço artificial:
 - o **Espaço natural adaptado:** são as partes da crosta terrestre em que predominam as espécies do reino vegetal, animal e mineral, sob as condições que o homem lhes estabeleceu. Também é chamado de espaço rural, para assinalar as tarefas produtivas que ali se realizam: arar e semear a terra fértil, construir canais de irrigação, cortar os bosques originais, plantar novas árvores, criar gado ou explorar jazidas minerais. No espaço natural adaptado (ou rural) as árvores ou os cereais crescem de acordo com as forças da natureza, mas é o homem quem decide onde e como devem nascer e quanto tempo vão viver.
 - o **Espaço artificial:** tem sua expressão máxima nas cidades, levando também o nome de espaço urbano. É onde todas as formas são inventadas pelo homem, e quando aparece algum elemento natural (árvores, plantas e flores), são manejadas para crescerem em função dos propósitos do ambiente artificial.

Assim os roteiros podem conter uma diversidade de atrativos que se expressam sob a forma material nestes espaços, atribuindo uma identidade à oferta turística. Conforme o exposto, o ambiente rural possui uma série de particularidades apresentadas no espaço cultural e em seu desmembramento de espaço natural adaptado, os quais nos interessam para o estudo de caso no Caminhos de Guajuvira, por apresentar características vinculadas a uma população tradicional e à produção rural.

Neste roteiro, observamos uma infinidade de atrativos culturais ligados aos hábitos das famílias locais, muitos deles vinculados à etnia polonesa colonizadora da região, como características destas famílias.

Bahl (2004a) demonstra a importância do legado étnico atuando na diversificação da oferta turística, constituindo um referencial para a elaboração de roteiros turísticos étnicos. Sua pesquisa levanta elementos relacionados ao legado étnico presente na cidade de Curitiba, revelando um patrimônio cultural constituído de monumentos, clubes sociais, gastronomia (restaurantes), grupos folclóricos, pontos de concentração e de encontro das famílias descendentes (bairros: Santa Felicidade, Santa Cândida, Barreirinha, entre outros), pórticos, festas típicas, praças,

igrejas e cultos, parques e atividades culturais diversas, relacionadas aos alemães, italianos, japoneses, poloneses, ucranianos e portugueses que se instalaram em Curitiba.

No Caminhos de Guajuvira a temática é o próprio rural, focada na vida das famílias do campo e suas práticas agrícolas, onde a etnia polonesa se expressa indiretamente, na arquitetura das casas, na gastronomia típica, no linguajar e nas características físicas dos moradores.

3.1.2 Âmbito dos roteiros

De acordo com a classificação de roteiros com base no aspecto espacial proposta por Bahl (2004b, p. 60, 61), podemos classificar o roteiro "Caminhos de Guajuvira" como um roteiro *nacional local periférico*. *Local* porque ocorre dentro de um município utilizando seus recursos de estrutura urbana, acesso, circulação, serviços e elementos de interesse turístico (monumentos, igrejas, museus etc). A denominação de *periférico*, é atribuída por localizar-se ao redor do núcleo urbano, o que o difere dos *roteiros locais centrais* quando os atrativos estão situados dentro deste núcleo.

Como os roteiros periféricos ocorrem no entorno dos núcleos urbanos, eles personificam as características destas áreas, muitas vezes explorando temáticas específicas como visitas a bairros, indústrias, sítios, fazendas, propriedades agrícolas, distritos, colônias, entre outros atrativos, ocorrendo com mais frequência no formato de excursões e circuitos (BAHL, 2004b, p. 91). O autor explica que os circuitos "estão associados ao percurso do roteiro, que se caracteriza pelo formato circular, ou condicionados à idéia de que não se passa duas vezes pelos locais visitados, com a particularidade de que a sua origem e destino correspondam ao mesmo ponto".

Assim ocorre no roteiro de Guajuvira, personalizado pelas propriedades de agricultores que lá residem, e mesmo que os atrativos não se fechem num trajeto circular entre si, a interligação deles com o Centro de Informações turísticas através da BR 476 completa o circuito, fazendo deste o ponto de início e término do roteiro, sem que o visitante tenha que passar duas vezes pelo mesmo local.

O termo excursão é utilizado para caracterizar a visita com duração inferior à 24 horas. Calvente (2004), ao pesquisar o potencial turístico dos municípios da região do Norte Velho do Paraná e investigar o conceitual teórico sobre o turismo, detecta que o excursionismo é freqüente em muitos dos estabelecimentos rurais.

Realmente, o roteiro “Caminhos de Guajuvira”, assim como tantos outros localizados na RMC possuem visita com duração máxima de um dia, sendo raro o pernoite no município visitado. Independentemente do conceito, esta atividade faz parte da dinâmica do turismo, tanto em relação às motivações dos visitantes, como pela infra-estrutura, equipamentos e serviços necessários, e até mesmo pelas conseqüências que gera (de caráter econômico, social, cultural e ambiental).

A classificação dos roteiros de abrangência nacional prossegue com seu desmembramento em *interlocais*, estes divididos em *intermunicipais*¹² ou interestaduais¹³, e roteiros internacionais¹⁴ (BAHL, 2004b, p. 153-156):

A classificação dos roteiros acima citados também contém rotas¹⁵ e programas de agência de viagem, pois muitos deles não estão delineados por um trajeto específico, sinalizado especialmente para quem vai usufruir deles, mas correspondem a atrativos que sugerem roteiros a serem realizados e assim são divulgados pela mídia.

O roteiro em questão se configura a medida em que oferece os atrativos ao longo de um trajeto pré-estabelecido e indicado a ser percorrido por meio de comunicação visual específica. Disponibiliza ao visitante um meio de transporte próprio, mas também propicia facilidades para que ele se desloque com seu próprio veículo.

¹² No Paraná (Parque do Guartelá, Parque de Vila Velha, Morretes etc); no Rio Grande do Sul (Serra Gaúcha: Porto Alegre, Nova Petrópolis, Bento Gonçalves, Caxias do Sul, etc); em Santa Catarina (Litoral Sul, Litoral Norte, Interior); em Minas Gerais (cidades históricas, cavernas); no Rio de Janeiro (Serra Fluminense, Litoral Norte); em São Paulo (Cavernas); na Bahia (Chapada Diamantina, Sul da Bahia); no Mato Grosso do Sul (Bonito).

¹³ abrangem pelo menos dois estados. Ex.: Minas Gerais e São Paulo com Circuito das Águas (Poços de Caldas, Monte Sião, Águas de Lindóia, Serra Negra etc); Goiás e Tocantins com Rio Araguaia e Jalapão; Mato Grosso e Mato Grosso do Sul com Pantanal.

¹⁴ Internacionais: entre países, continentes e até mesmo integrando uma ‘volta ao mundo’, normalmente se concretizam nos programas oferecidos pelas agências de viagens (operadoras de turismo) e podem conjugar parte terrestre, aérea, fluvial e marítima. Ex.: Portugal com Santiago de Compostela (Espanha); Inglaterra e Escócia; Leste Europeu (Polônia, Hungria, República Tcheca, Áustria e Alemanha); Circuito Andino (países andinos América do Sul); Índia, Nepal e Tailândia; Ilha de Páscoa com Santiago (Chile); Rota do Vinho (Santiago, Vinha Santa Rita); Cruzeiro pelo Grande Mediterrâneo (Veneza, Istambul, Atenas, Capri (...)) até Barcelona)

¹⁵ Baseado em Bahl (2004b, p. 42), é um caminho direcionado, rodoviário, marítimo ou aéreo, com a indicação de um sentido ou um rumo a ser seguido (...), normalmente associado a uma temática. Também entendido como caminhos históricos e/ou temáticos, que segundo Brasil (2005, p. 03), têm identidade reforçada ou atribuída pela utilização turística.

3.1.3 Roteiros na relação com a oferta e a demanda turística

Os roteiros funcionam como uma estratégia para organizar a oferta turística, embora também sejam elementos referenciais para o turista que deseja planejar sua viagem, como locais selecionados para visitar, uma previsão do tempo de visita, facilidades de locomoção e informações necessárias (alimentação, hospedagem e serviços complementares).

Neste contexto, uma das grandes preocupações é o direcionamento dos roteiros de acordo com o público-alvo, já que a pressão deste mercado emissor pode influenciar nas ações da localidade receptora.

Concordamos que “as estratégias de comercialização impõem certas exigências à localidade ou ao centro receptor, a cuja comunidade caberá a decisão do interesse em ampliar fluxos ou em limitá-los, divulgando e os promovendo, ou não” (BAHL, 2004b, p. 54).

Neste processo, a busca por atender as exigências da demanda pode resultar no risco de se artificializar a oferta, que poder perder suas características originais e inclusive seu poder atrativo.

Normalmente há uma preocupação excessiva com as preferências da demanda, esquecendo-se da participação da comunidade receptora, a qual é a detentora da oferta turística, no caso de destinos como os “Caminhos de Guajuvira”.

É preciso se precaver para não planejar o roteiro de tal maneira, que atenda somente os desejos do público visitante. Pelo contrário, o referencial deve ser os moradores locais que fazem parte dele, se dedicam a ele, se expõem aos ‘estranhos’, ganham financeiramente, enfim, são os seus valores e cultura que atraem os visitantes até lá.

Este processo de planejamento pode ser executado com o auxílio da segmentação do turismo. Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2005, p. 14) a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento e gestão, e, principalmente, mercadológicos. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir de elementos de identidade da oferta ou pelas características e variáveis da demanda.

Os recursos disponíveis nos atrativos turísticos como áreas protegidas, áreas rurais, lugares de culto religioso, centros de comércio, entre outros podem direcionar o desenvolvimento do turismo em uma localidade, correspondendo a segmentação

do turismo pela oferta. A segmentação pela oferta define tipos de turismo: Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo de Aventura, Turismo Cultural, Turismo de Pesca etc.

A segmentação pela demanda conta com a identificação de certos grupos de consumidores (adolescentes, idosos, pessoas com deficiência, grupos familiares, grupos religiosos etc) caracterizados a partir das suas especificidades em relação a alguns fatores que determinam suas decisões, preferências e motivações, ou seja, a partir das características e das variáveis da demanda (BRASIL, 2005, p. 14).

De acordo com as motivações da demanda como a busca pela aventura, o interesse em conhecer novas culturas, descansar, praticar esportes, apreciar a gastronomia, dentre várias outras, podem ser definidos segmentos de mercado. Beni (2000, p. 153) cita alguns deles: “de descanso ou férias; de negócios e compras; desportivo; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos, convenções, encontros e similares; de saúde ou médico-terapêutico”.

Assim os roteiros turísticos, devem ser definidos em função da oferta e adequados de acordo com as características da demanda, conservando as particularidades da localidade em que se encontram.

Sem a intenção de enquadrar o Caminhos de Guajuvira dentro de uma classificação definitiva, para efeito de pesquisa bibliográfica foram consultadas referências ligadas ao Turismo Rural e aspectos relacionados a cultura-turismo, uma vez que as características rurais e culturais são expressivas neste roteiro.

3.2 Turismo Rural

O “Caminhos de Guajuvira” faz parte de um espaço turístico diferenciado pelas suas áreas de agricultura familiar e manifestações culturais típicas, em oposição ao turismo massificado, geralmente aliado aos grandes centros urbanos ou ao denominado turismo de “sol e praia”.

O turismo rural enquadra-se como uma forma alternativa de se praticar turismo, caracterizada pelo surgimento de um novo perfil de turista interessado em adquirir conhecimentos culturais sobre o lugar que escolheu para passar seu tempo livre. Nos ambientes naturais e rurais que se manifesta esta nova atitude do turista,

estabelecendo-se uma maior interação com o meio ambiente e uma vivência mais próxima com as comunidades visitadas.

3.2.1 Aspectos conceituais do Turismo Rural

Dentro desta perspectiva que se opõe ao turismo 'convencional', destaca-se o turismo rural e o turismo em espaços naturais, terminologias que têm gerado uma série de discussões conceituais.

Em função de algumas características similares, muitas vezes há confusões conceituais entre o turismo rural e turismo em áreas naturais. Fernando Vera *et al* (1997, p. 124) alegam que as motivações, o perfil da demanda, os mecanismos e canais de comercialização, a atuação dos agentes e da comunidade local, a continuidade física e dupla condição geográfica do território (rural-natural) são circunstâncias que dificultam a segregação conceitual e funcional destes tipos de turismo.

Alguns componentes ligados à caracterização destes espaços esclarecem esta distinção, como a 'ruralidade' para o Turismo Rural e, os ambientes naturais e/ou áreas preservadas para o Turismo em Áreas Naturais, uma vez que estes espaços não são idênticos, apesar de muitas vezes se combinarem na composição da paisagem.

Olga Tulik (2003, p. 29-43; 69-73), descreve sobre uma vasta nomenclatura utilizada para designar este tipo de turismo que ocorre nos ambientes rurais, como turismo no espaço rural, turismo em áreas rurais, turismo verde, turismo de interior, turismo alternativo, agroturismo, turismo rural.

Em meio às discussões conceituais que vão desde a bibliografia nesta área e se estendem a congressos e reuniões institucionais, optamos por apresentar algumas definições para posteriormente compreendermos o tipo de turismo que ocorre no Distrito de Guajuvira.

O turismo no espaço rural, áreas rurais ou até mesmo turismo no meio rural, remete-se a qualquer forma de turismo que ocorra fora da área urbana, isto é, englobam um conceito abrangente desta atividade.

Graziano da Silva *et al* (1998) demonstra a amplitude de tais definições, ao considerar "turismo no espaço rural" ou "turismo em áreas rurais" as atividades de lazer praticadas no meio não-urbano, em várias modalidades definidas com base na

oferta: turismo rural, agroturismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não.

Ao longo desta mesma linha de pensamento podemos incluir a posição de Rodrigues (2001, p 106) que adota o termo “periurbano” para classificar o lazer e o turismo praticados em empreendimentos localizados fora do perímetro urbano, que não se caracterizam pelos aspectos rurais, enfatizando a distinção em relação ao turismo rural propriamente dito.

Já o conceito de Turismo Rural está subordinado ao aspecto produtivo deste meio, conforme reconhecido pelo Ministério do Turismo (2004, p. 07) como “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.

Sob este enfoque as atividades de turismo rural estão intrinsecamente ligadas à produção rural, contudo também podem manifestar-se indiretamente, por meio de representações deste processo produtivo, “pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida, considerados típicos de cada população rural” (*Idem*, *Ibidem*, p. 08).

Devemos nos ater ao aspecto singular do Turismo Rural que é a ‘ruralidade’ ou seja, ao fato de ‘ser rural’ que está ligado à funcionalidade deste meio, conforme explicam Fernando Vera *et al* (1997, p. 129):

Funcionalmente rural, é afirmar, que está fundamentado nas características particulares do mundo rural, a saber: a pequena propriedade, os amplos espaços, o contato com a natureza, o patrimônio, as sociedades e as práticas ‘tradicionais’. A natureza tradicional está ligada ao crescimento lento e às famílias locais.

A ruralidade se traduz nas características de um espaço natural adaptado (Boullón), onde o homem maneja os recursos naturais para produzir seu sustento. A ruralidade deste meio tem o fator humano como sujeito essencial com suas práticas de trabalho no campo, seu modo de vida, e todo o patrimônio histórico-cultural material e imaterial criado por ele.

O aprofundamento destas relações de produção rural com o turismo evidencia o trabalhador do campo como um dos principais sujeitos no desenvolvimento do turismo rural. Dentro desta perspectiva, o Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA apóia a atividade definida por Turismo Rural na Agricultura Familiar¹⁶ – TRAF:

A atividade turística que ocorre na unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm as atividades econômicas típicas da agricultura familiar, dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, ofertando produtos e serviços de qualidade e proporcionando bem estar aos envolvidos.

Daí a importância da pequena agricultura de origem familiar para a representação do rural, para a caracterização da paisagem e manutenção do espaço de produção.

A tendência da multifuncionalidade da agricultura, enfatizada por Bianchini (2001, p. 21) composta por "três grandes funções indissociáveis: a função de produzir bens e serviços (econômica), a função de gestão do meio ambiente (função ecológica) e a função de ator do mundo rural (função social)", abre espaço para atividades como o turismo, que vem contribuindo para a diversificação das atividades agrícolas e não-agrícolas e conseqüentemente, para a geração de postos de trabalho e renda.

Entretanto, para que a atividade se encaminhe no sentido de gerar benefícios para os agricultores, Tulik (2003, p. 87) defende que "se a idéia é complementar a renda do pequeno agricultor rural, gerar emprego, evitar o êxodo rural e promover o desenvolvimento local, o Turismo Rural deve ser conceituado como uma atividade que considere os atributos essenciais do que é, de fato, rural".

Esta é a característica do tipo de turismo que ocorre no roteiro "Caminhos do Guajuvira", atrelado aos pequenos produtores rurais que vivem da atividade desenvolvida na sua propriedade, apesar de nem todos se enquadrarem como

¹⁶ Agricultor familiar é o público enquadrado como beneficiário do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, segundo o MDA (BRASIL, 2002): são os produtores rurais, inclusive remanescentes de quilombos e indígenas, que residam na propriedade ou em local próximo; detenham o tamanho da terra conforme legislação em vigor; o trabalho familiar deve ser a base da exploração do estabelecimento.

agricultores familiares nas especificações da lei, mas partilham dos princípios do Turismo Rural na Agricultura Familiar, definidos pela Rede TRAF (2003):¹⁷

Sobre o termo agroturismo, provém do *agriturisme* da Itália, igualmente utilizado para focar a relação turística com os pequenos agricultores que vivem da produção rural. Graziano da Silva (*et al*, 2001) cita algumas atividades associadas ao agroturismo, como “(...) o restaurante típico, as vendas ‘diretas do produtor’, o artesanato, a industrialização caseira e outras atividades de lazer associadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo”, que correspondem às oferecidas no Guajuvira.

Entendemos que todas as atividades turísticas que ocorrem no meio rural podem ser chamadas de turismo no espaço rural ou turismo em áreas rurais, indistintamente. Adotamos o termo Turismo Rural para definir as atividades turísticas que possuem algum vínculo com a produção rural, caracterizadas pela ruralidade. E, entendemos que o Agroturismo e o Turismo Rural na Agricultura Familiar são similares e estão contidos no Turismo Rural.

O turismo rural que acontece no “Caminhos de Guajuvira” se reflete nos aspectos produtivos e culturais e, na medida que ele está ligado à pequena propriedade e às famílias que vivem do trabalho no campo, vislumbramos a ocorrência das formas mais específicas do agroturismo e do turismo rural na agricultura familiar.

3.2.2 Efeitos do turismo na cultura

Ao promover o contato entre diferentes culturas, observa-se que esta atividade gera inúmeras transformações nem sempre favoráveis, principalmente relacionadas às populações receptoras, modificando hábitos, idealizando modelos de conduta incompatíveis com sua formação cultural, entre outras transformações, que também afetam o meio ambiente.

-
- ¹⁷Ser um turismo ambientalmente correto e socialmente justo;
 - Oferecer produtos locais;
 - Valorizar e resgatar o artesanato regional, a cultura da família do campo e os eventos típicos do meio rural;
 - Incentivar a diversificação da produção e propiciar a comercialização direta pelo agricultor;
 - Contribuir para a revitalização do território rural e para o resgate e manutenção da auto-estima dos agricultores familiares;
 - Ser complementar às demais atividades da unidade de produção familiar;
 - Proporcionar a convivência entre os visitantes e a família rural;
 - Estimular o desenvolvimento da agroecologia;
 - Ser desenvolvido de forma associativa e organizada no território.

O turismo tem sido criticado como um instrumento responsável pela sobreposição cultural do visitante em relação ao visitado. Destinos turísticos ligados à vilas de pescadores em litorais e comunidades rurais têm experimentado choques culturais que provocam transformações negativas ao bem estar local, como uma profunda descaracterização cultural, ou seja, os valores do turista passam a ser apropriados pela população local que almeja descartar a sua autenticidade e substituí-la pelo o que é trazido de fora, normalmente associado a um ideal urbano.

Esta problemática cultural do turismo atinente às comunidades (rurais, litorâneas e de pequenas cidades) detentoras de uma cultura própria com pouca interferência da dinâmica das grandes cidades é amplamente discutida, recebendo contribuições da antropologia, da história, da sociologia, da geografia e de outras áreas.

A comunidade autóctone, receptora dos grupos em mobilidade, não deve perder sua própria identidade. Resulta tão forte o choque de culturas, o confronto de linhas de pensamento e de ações em uma comunidade turística autóctone, que esta, com risco de perder sua própria identidade e personalidade, não poucas vezes deixa-se utilizar e explorar pelo afã de um enriquecimento rápido e fácil. A comunidade nativa tem caracteres diferenciadores que lhe conferem uma identidade coletiva que não se deve perder (BENI, 2000, p. 84).

Ao agregar o turismo como trabalho, o proprietário rural e sua família passam a inserir-se em uma nova teia de relações, gerada pelo contato direto do cliente do turismo com sua vida cotidiana, havendo uma constante troca de experiências entre a família rural e a família visitante, esta última normalmente de origem urbana.

Este intercâmbio cultural que varia desde um contato superficial até uma convivência mais próxima e participativa pode desencadear várias situações ligadas à identidade dos grupos em questão, pois é inevitável que as duas culturas permaneçam intocadas mediante esta aproximação.

É importante estarmos cientes da problemática acirrada colocada por alguns autores, especialmente aos preocupados com as questões antropológicas como Banducci Júnior; Barretto (2001) e Barretto (2001).

(...) há uma característica do turismo que o torna particularmente um objeto pouco simpático à antropologia: sua conotação de 'indústria', de produção em série de produtos massificados e massificantes, de exploração inescrupulosa de mão-de-obra e de recursos naturais, de comercialização de natureza e de cultura (BANDUCCI JR; BARRETTO, 2001, p.11).

O autor ressalta que “o turismo está cada vez mais regulado pela lógica do mundo globalizado que, entre outros fatores, mediatiza, por meio da imagem, as culturas e a natureza, transformando-as em mercadoria”.

A transformação do legado cultural em bens de consumo é atribuída a uma expectativa dos turistas, principalmente dos internacionais provenientes de países ricos (economicamente), de encontrar uma espécie de 'paraíso perdido' nas sociedades mais tradicionais que visita. Barretto (2001, p. 48) expõe esta idéia:

A busca dos elementos característicos e diferenciais de cada cultura aparecem como uma necessidade de mercado, a cultura autóctone é matéria-prima para criação de um produto turístico comercializável e competitivo internacionalmente. O legado cultural, assim transformado em produto para o consumo, perde seu significado. A cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante por suas implicações econômicas. A história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro.

De fato, a atividade turística, por vezes, é conduzida exclusivamente em função de seus benefícios econômicos, provocando uma dinâmica especuladora que prejudica a paisagem, o meio ambiente e os valores culturais, interferindo na identidade das pessoas que pertencem à comunidade receptora.

Assim, vão se perdendo as formas tradicionais de convivência como a solidariedade entre os vizinhos, as rezas ligadas ao cultivo, a observação do tempo pelos sinais da natureza, o calendário do ano regido pelo tempo da plantação, entre outras (REICHERT, 2001, p. 42).

Nestes casos em que o turismo é encarado como um produto de consumo as raízes locais sucumbem à tendência da padronização dos costumes advinda de uma ordem global. As relações entre visitantes e visitados também se restringem a esta condição, onde o fator humano normalmente é desprezado.

A distorção das identidades locais em função de um turismo desvirtuosamente conduzido traduz-se nas palavras de Marília Daros (2001, p. 50):

“Convivo com uma cidade que aprendeu a viver o Turismo de consumo e que, esqueceu da sua própria trilha, seu próprio sendeiro, não querendo mais falar de seu próprio passado, tão maravilhosamente especial”.

A autora se refere à região serrana do Rio Grande do Sul, conhecida como Vale das Hortênsias, onde a identidade foi muito abalada pela exploração turística, sendo necessário uma grande virada para reverter à situação. Ela descreve que a população não se dá mais conta de quanto a identidade foi modificada.

A preocupação em agradar o turista oferecendo meros produtos de consumo sem personalidade própria acaba enfraquecendo as raízes e ao mesmo tempo tornando-se desinteressante a ele. A criação de cenários falsos baseados numa ambientação arquitetônica, *shows* e elementos que não fazem parte da realidade local artificializam e banalizam a identidade do lugar.

Sobre este assunto Daros (2001, p. 51) é enfática: “Precisamos que o turista conheça a nossa cara... Precisamos que esta cara seja divulgada como ela realmente é... Eu tenho certeza que, a nossa cara é tão melhor do que nos pintaram até agora... Tão melhor do que deixamos pintar...”.

Não há porque mascarar a realidade, que já é rica pela simplicidade de um povo, mas sim revelá-la, e fazer do turismo uma boa oportunidade para resgatar o que já foi perdido, porque ‘tem gente de fora’ que quer conhecer.

Da mesma forma que o turista leva conhecimentos e boas lembranças da visita, também pode transmitir um pouco da sua própria identidade (dada de presente) e se os moradores locais estiverem certos de quem são, este ‘presente’ será conhecido e utilizado de forma prudente (DAROS, 2001, p. 51).

Passamos a perceber o outro lado do turismo, observando que ele pode se tornar um grande aliado da recuperação e valorização das culturas e das memórias de um lugar, com a potencialidade de despertar nas pessoas o orgulho de si mesmas e de seu espaço de vivência.

Assim como diz Beni (2000, p. 84) “o Turismo tem também seu lado nobre e positivo. Poder-se-ia afirmar que ele é um fenômeno sociológico importante e ambivalente”. Esta ambivalência do turismo é explicada nos seguintes pontos, adaptado com base neste autor:

- É um meio de vida honesto, mas pode se transformar num instrumento de exploração econômica, prejudicando pessoas, grupos sociais, a sociedade e a natureza.

- Pode ser um magnífico meio de aproximação, de conhecimento e comunicação entre os povos. Todavia, também pode gerar, rivalidades, confrontos e sobreposição cultural.
- Teria de ser um elemento decisivo no enriquecimento natural das pessoas se estas se mostrassem abertas a oferecer sua própria cultura e desejosas de incorporar a das demais. Porém, muitas vezes os grupos sociais encontram-se fechados em si mesmos, mais interessados no que podem exigir em razão do dinheiro que tem, ou que podem cobrar pelos serviços que prestam.
- É gerador de empregos, mas o trabalho pode ser mal remunerado, excessivo, com exploração indevida dos recursos humanos.

Na realidade, o turismo pode gerar impactos negativos se for deixado acontecer de forma espontânea, mas se planejado pode se constituir em uma alavanca para a revitalização cultural, para os cuidados com o meio ambiente e para o bem estar social, integrando todos estes fatores em equilíbrio com a geração de renda.

O turismo é uma ferramenta valiosa para a conservação cultural, a partir do momento em que as potencialidades humanas são tratadas com dignidade. Conservação não significa que não se espera uma modificação nas culturas, pois se há um elemento novo, certamente haverá transformações, porém devem ocorrer de forma prudente.

Vemos, pois, que num processo de planejamento turístico, ninguém melhor do que a comunidade local para lidar com esta mudança. Daros (2001, p. 58) aconselha e faz um convite: “precisamos ter capacidade de administrar a mudança. Precisamos ver a dimensão real desta mudança. Precisamos mudar. E tudo vai começar na frente do espelho, com a auto-estima e o antigo, exame de consciência. Vale a pena tentar”.

Faz-se necessário desmitificar a idéia de proteger a cultura como algo estático, implicando numa espécie de congelamento de determinadas práticas a serem exibidas eternamente da mesma forma, só por acreditar que os visitantes devem apreciá-las assim.

O pensamento sobre identidade cultural, ressaltado por Banducci Jr. e Barretto (2001, p. 19), nos traz importante reflexão, apresentando a identidade como algo móvel, sempre em construção, que vai sendo moldado no contato com o outro e na releitura permanente do universo circundante. Em relação ao contato entre as

culturas dos turistas e dos residentes, afirmam que ocorre o fortalecimento da identidade e da cultura dos indivíduos, da sociedade receptora e, muitas vezes, o fortalecimento do próprio turista que, numa atitude de autoconhecimento, se redescobre.

Considerando que as identidades culturais não são permanentes, conseqüentemente também não o são os atrativos turísticos baseados nelas. Então, o turismo deve respeitar as transformações locais, até mesmo porque nem todas elas decorrem dele, pois é apenas um dos fatores que também atuam na alteração das identidades culturais.

Stuart Hall (2005) contextualiza as transformações nas identidades culturais como uma tendência dos tempos atuais e nos ajuda a elucidar esta questão com base nas Ciências Sociais, idéias sobre as quais acrescentamos a visão geográfica apresentada por Paul Claval.

É importante aliarmos os estudos destes autores ao turismo, pois analisá-lo de forma isolada empobrece as análises e reflexões pretendidas. O turismo não pode ser considerado o principal desencadeador de um processo que gera transformações nas identidades culturais, pois este fenômeno vem sendo assimilado como uma característica da pós-modernidade defendida por Hall (2005).

Este autor (2005, p. 12) fala da formação de um sujeito pós-moderno, explicando que “a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”.

Admite-se, então, que tais transformações fazem parte de uma tendência que atinge a sociedade como um todo, provocando um processo denominado por Hall (2005, p. 09) como “deslocamento do sujeito”:

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas do final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um ‘sentido de si’ estável é chamada, algumas vezes de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento –

descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma ‘crise de identidade’ para o indivíduo.

O autor também defende que o sujeito unificado e estável está se tornando fragmentado, fazendo surgir várias identidades (ao invés de uma única), algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas.

Inserido em um contexto mais abrangente, de uma sociedade composta por mudanças constantes, rápidas e permanentes, o turismo passa a acompanhar as transformações, as quais muitas vezes estão associadas a processos evolutivos ligados à cultura, ao invés de serem vistas apenas como impactos negativos. Claval (2001, p. 184) expõe que:

As estratégias desenvolvidas nas situações multiculturais não visam sempre à integração individual, à aculturação de massa ou à proteção das identidades presentes. Tentam, às vezes, solapar as normas dos diferentes grupos e propor novidades, a partir das quais identidades originais poderão se construir e uma nova sociedade poderá se constituir.

É preciso ter cuidado ao atribuir juízos de valor a fim de definir se determinados fatos são bons ou ruins para certos grupos humanos, por isso a presente pesquisa teve por objetivo verificar como os envolvidos percebem a presença do turismo.

Assim, concordamos que “as culturas podem coabitar nos mesmos lugares, interpenetrarem-se e cruzarem-se sem perder suas especificidades” (CLAVAl, 2001, p. 183).

As atuais discussões sobre identidade cultural enfatizam o fenômeno da globalização, o qual rompe as barreiras da distância e integra as comunidades em novas combinações da relação espaço-tempo. O turismo, em muitos casos, atua como uma espécie de catalisador, pois facilita a aproximação entre duas ou mais culturas diferentes, e mesmo ocorrendo por um curto período de tempo (distintamente dos deslocamentos migratórios), surte efeitos significativos.

É pertinente, em se tratando de um turismo que envolve comunidades rurais, coligar o público visitante ao “global” e o público receptor ao “local”. Hall (2005, p. 77), ao abordar a tensão entre o “global” e o “local”, mostra que a sobreposição do

primeiro sobre o segundo nem sempre ocorre, abrindo outras possibilidades de leitura para este processo:

A globalização (na forma da especialização flexível e da estratégia de criação de 'nichos' de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim, ao invés de pensar no global como 'substituindo' o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o 'o global' e o 'local' (...) É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações 'globais' e *novas* identificações 'locais'.

Tomando o turismo como agente transformador, para este trabalho, interessou conhecer como está ocorrendo a combinação do local com o global, considerando que novas identidades podem ser formadas, sem que necessariamente haja impactos negativos na cultura local.

3. 3 A fenomenologia no turismo

Com o intuito de situarmos a fenomenologia nos estudos de turismo, faz-se necessário contextualizar o andamento destes estudos, mencionando alguns pontos fundamentais.

3.3.1 Aspectos teóricos do turismo

Na bibliografia sobre o turismo encontram-se autores que tratam do turismo vinculado às mais diversas áreas de estudo, economia, administração, direito, filosofia, sociologia, psicologia, antropologia, meio ambiente, comunicação, arquitetura, geografia, entre outras.

No sentido de construir as bases teóricas para uma ciência do turismo, já que é unânime a posição de que o turismo ainda não possui *status* de ciência, o paradigma atual que explica este complexo fenômeno está pautado no Sistema de Turismo, proveniente da Teoria Geral de Sistemas.

Panosso Netto (2005, p. 153-159) aponta nove autores que iniciaram esta abordagem do turismo, dentre eles o brasileiro Mario Carlos Beni, a partir dos estudos desenvolvidos na sua tese de doutorado de 1988, publicou posteriormente a

obra “Análise Estrutural do Turismo” em 1998 (BENI, 2000, 3.ed); o italiano Alberto Sessa na década de 1980; o mexicano Roberto C. Boullón em 1995; e o australiano Neil Leiper em 1971, este último “um dos primeiros a propor a teoria de sistemas aplicadas ao turismo”. Outros 16 autores aperfeiçoaram as abordagens sistêmicas já existentes, como o mexicano Miguel Acerenza em 2002; o inglês Chris Cooper em 1993; o egípcio Salah-Eldin Wahab (abordagem sistêmica com enfoque econômico) em 1977; entre outros citados pelo autor.

Beni (2000, p. 44) entende o turismo a partir da Teoria Geral de Sistemas, onde “cada variável, em um sistema específico, interage com todas as outras variáveis desse sistema e com as de outros sistemas que com ele realizam operações de troca e de interação, explicando e desenhando as configurações aproximadas da dinâmica da vida real”.

A obra de Beni descreve o Sistema de Turismo – Sistur constituído por três grandes conjuntos:

- Conjunto das Relações Ambientais, composto pelos subsistemas ecológico, social, econômico e cultural;
- Conjunto da Organização Estrutural, composto pelos subsistemas superestrutura e infra-estrutura;
- Conjunto das Ações Operacionais, composto pelos subsistemas mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo;

Assim, a análise sistêmica para o turismo considera estudos multidisciplinares - o turismo inserido como um elemento de cada área de estudo - procurando conduzi-lo ao enfoque interdisciplinar - o turismo tratado pela visão conjunta das áreas de estudo - concebendo um modelo referencial que relaciona seus componentes, do modo mais abrangente possível, e explica as relações entre eles.

Boullón (2002, p. 38) explica o sistema sob o modelo oferta-demanda, onde a origem do seu o funcionamento parte do encontro da oferta com a demanda turística, mediante um processo de venda do chamado produto turístico, que, com a infra-estrutura, formam a estrutura de produção do setor. No centro, está a superestrutura turística (administração pública, e organizações como associações e entidades de classe), cuja função é controlar a eficiência do sistema, fiscalizando seu funcionamento e a inter-relação entre as partes.

O autor esclarece que não existem vários sistemas turísticos, “há apenas um, com várias facetas”, gerando os modelos analíticos. Além do modelo *oferta-demanda*, o mais difundido, existe o *antropológico social*, que abrange os aspectos do ócio e do tempo livre, e o modelo *turismo industrial* que se ocupa da produção em massa, comercialização e lucro.

Sem dúvida, o enfoque sistêmico descreve a complexidade do turismo, porém existem outras abordagens também identificadas por Panosso Netto (2005) com base na visão holística-interdisciplinar (Jafar Jafari), economista interdisciplinar (John Tribe) e economista, bem como uma visão que apesar de sistêmica diferencia-se das demais por envolver o cotidiano humano de trabalho, moradia e lazer (Jost Krippendorf).

Há que se destacar estudiosos brasileiros como Marutschka Moesch (2000), que propõe a dialética para fundamentar um corpo teórico para o turismo, Luiz Gonzaga Godoi Trigo (1998) que trata o turismo como fenômeno da pós-modernidade e Mirian Rejowski (1996) com suas pesquisas que corroboram com a interdisciplinaridade.

No ramo destas outras abordagens fora do enfoque sistêmico, surgem as propostas relacionadas à fenomenologia nos estudos turísticos, com o intuito de resgatar o homem como sujeito do turismo.

3.3.2 Fenomenologia aplicada ao turismo

Moesch (2000) na busca da construção de um corpo teórico para uma epistemologia do turismo discute o funcionalismo a partir de Luiz Fernández Fuster (1974) e a fenomenologia de Centeno¹⁸. Face às limitações do funcionalismo que resultaram num exaustivo trabalho descritivo-explicativo de Fuster, a autora debate a proposta fenomenológica de Centeno adaptada das ciências sociais e conclui que a tentativa de ir além das aparências do fenômeno turístico não avança, pois a mesma não é suficiente para abarcar sua complexidade e tratá-lo como objeto de conhecimento. Diante disto, Moesch descarta a fenomenologia e propõe a dialética como referencial para formar um corpo teórico para o turismo.

¹⁸ CENTENO, Rogelio Rocha. Metodología de la investigación aplicada al turismo casos prácticos. Mexico: Trilhas, 1992.

Molina (1991) também faz referência à fenomenologia para o estudo do turismo, acreditando ser esta uma alternativa de abordagem que proporciona um sentido mais humano para o desenvolvimento da atividade. Porém, sua principal teoria é a do *pós-turismo*, descrevendo a fase atual em que o turismo se encontra, depois dos estágios antecessores do *pré-turismo* e *turismo*.

Os estudos de Alexandre Panosso Netto (2005) propõem a reflexão filosófica da fenomenologia para os estudos turísticos e demonstram a importância dos mesmos através de estudo de caso no Parque Nacional do Iguaçu (PR). Ao tratar o tema com profundidade revela que existem poucos trabalhos combinando aplicações práticas da abordagem fenomenológica no turismo, apontando apenas dois casos, além da sua pesquisa:

- INGRAM¹⁹, 2002. Estudo fenomenológico sobre as motivações dos turistas que visitam uma fazenda de turismo rural, no oeste da Austrália.
- MARIOLI²⁰, 2002. Dissertação de mestrado sobre ecoturismo no Parque Estadual da Cantareira/SP.

Panosso Netto (2005, p. 137, 138) apresenta a fenomenologia como uma abordagem para o estudo do turismo, visto que é uma análise capaz de conduzir o ser humano como principal sujeito, e não o turismo apenas “como um *fato* gerador de renda, mas também como um *fenômeno* que envolve inúmeras facetas do existir humano”.

O trabalho deste autor nos trouxe mais subsídios para tratar do tema na presente dissertação por empreender sua pesquisa diretamente na área do turismo com base filosófica na fenomenologia. Sua tese contribuiu para a consolidação do estudo de caso de Guajuvira a partir de bases fenomenológicas, complementando a idéia original pautada na geografia humanista.

O autor valoriza a importância da experiência vivida e a percepção do sujeito do turismo, pois “a fenomenologia vai trabalhar para compreender o viver de acordo com o percebido por quem faz parte deste viver” (*idem, ibidem*, p.114)

¹⁹ INGRAM, Gloria. Motivations of farm tourism hosts and guests in the South West Tapestry Region, Western Australia: a phenomenological study. The Indo-Pacific Journal of Phenomenology. v. 2, apr. 2002, p. 1-12.

²⁰ MARIOLI, Antoine Pascal. Ecoturismo em unidades de conservação: o método fenomenológico aplicado ao Parque Estadual da Cantareira – São Paulo. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo).

As contribuições da fenomenologia para uma epistemologia do turismo também são vislumbradas:

(...) não podemos nos empenhar pela criação de uma ciência exata do Turismo (Turismologia ou Teorologia) que tenha alto grau de confiabilidade. O que ocorre é que devemos trabalhar para alcançar e lançar as bases de uma teoria para a formação de uma ciência que procure entender os anseios dos seres humanos e os seus significados durante o fenômeno turístico em si, e acreditamos que a fenomenologia, como demonstrada, contribui para colimar esse objetivo" (*Idem, Ibidem*, p. 142)

Vimos que de acordo com a posição fenomenológica de resgatar o ser humano como centro de análise (assim como ocorre na geografia humanista), Panosso Netto tem sua análise calcada no ser humano, centrado na experiência de viagem do turista. Na pesquisa do Distrito do Guajuvira a maior preocupação se mantém no ser humano como centro do debate, mas naquele trabalhador/morador que recebe toda a influência da atividade no seu ambiente de vivência.

3.3.3 Fenomenologia na pesquisa do Caminhos de Guajuvira

Já que o turismo faz parte do mundo vivido de famílias rurais, um estudo fenomenológico deve preocupar-se em descobrir qual o sentido deste fato para as pessoas, porém sem ater-se ao fato em si.

Ao aplicar neste estudo de caso o primeiro passo do método fenomenológico defendido por Husserl, definimos que a redução fenomenológica (Epoché) ocorreu com tudo aquilo que envolve a estrutura e serviços necessários para esta atividade ocorrer, o que resumimos aqui como *fato turístico*. Assim sendo, não se teve como foco a qualidade dos serviços, a renda gerada, as condições da infra-estrutura, a certificação dos produtos vendidos, a estratégia de marketing, entre outros elementos, mas interessou-nos o sentido do *fato* na localidade, ou seja, o valor dele para as pessoas que moram no lugar e tem suas vidas envolvidas neste processo.

Que significado o turismo evoca nestes mundos particulares?

Para Husserl, a existência é um fato óbvio e não o interessa. Neste estudo de caso, não há a intenção de negar a existência ou considerar estes elementos menos

importantes, mas colocá-los de lado momentaneamente, a fim de clarificar seu sentido (essência) para o lugar, realizando assim a *redução à essência*.

A partir daí, podemos retornar ao fato turístico e reorganizá-lo com base no contexto de um espaço vivido, de acordo com aquilo que é percebido/vivido (*erlebnis*) como essência deste fenômeno turístico.

O enfoque proporcionado pela fenomenologia de oposição ao positivismo, e de não encará-la como uma ciência exata se constituiu no cerne deste trabalho. Assim, não se adequaram metodologias convencionais quantitativas baseadas em estatísticas de turismo coletadas por questionários fechados. No entanto, não houve a intenção de desmerecer a importância destes métodos como ferramentas essenciais para analisar diversos aspectos da atividade turística, sobretudo ligados a questões econômicas, de marketing turístico, entre outras.

Entende-se que o método fenomenológico depende mais de uma atitude do pesquisador, não havendo um modelo de pesquisa a ser seguido, tal como é apontado por Panosso Netto (2005, p. 140), quando salienta que os dois estudos fenomenológicos de turismo destacados por ele utilizaram técnicas diferentes daquelas da sua pesquisa.

4. INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS SOB A ÓTICA INTERDISCIPLINAR DA GEOGRAFIA E DO TURISMO

O desenho possui uma natureza específica, particular em sua forma de comunicar uma idéia, uma imagem, um signo, através de determinados suportes: papel, cartolina, lousa, muro, chão, areia, madeira, pano, utilizando determinados instrumentos: lápis, cera, carvão, giz, pincel, pastel, caneta hidrográfica, bico-de-pena, vareta, pontas de toda a espécie (DERDYK, 1994, p. 18).

Apresentamos os resultados de pesquisa empírica, de caráter qualitativo, integrando a análise dos mapas mentais com a observação participante na perspectiva da geografia associada ao turismo.

4.1 Relação dos visitantes e dos visitados com o Lugar

Tomando por base a topofilia que envolve os meios pelos quais os seres humanos respondem ao meio ambiente, podemos observar que no Distrito de Guajuvira a maneira como o morador percebe o roteiro, e conseqüentemente, sua própria casa (incluída neste) é diferente do modo como o turista o concebe.

O visitante e o nativo focalizam aspectos bem diferentes do meio ambiente. (...) Em geral, podemos dizer que somente o visitante (e especialmente o turista) tem um ponto de vista; sua percepção freqüentemente se reduz a usar os seus olhos para compor quadros. Ao contrário, o nativo tem uma atitude complexa derivada da sua imersão na totalidade de seu meio ambiente. O ponto de vista do visitante, por ser simples, é facilmente enunciado. A confrontação com a novidade, também pode levá-lo a manifestar-se. Por outro lado, a atitude complexa do nativo somente pode ser expressa com dificuldade e indiretamente através do comportamento, da tradição local, conhecimento e mito (TUAN, 1980, p. 72).

O que é trabalho para o agricultor, muitas vezes pode significar apenas alimentos saborosos para o turista. O que é uma bela paisagem para o visitante de

fora, pode representar um lugar de moradia sem nenhuma novidade para o habitante local.

Assim as experiências são diferentes, parafraseando Tuan (1983, p. 07), quando conta sobre três formas de experienciar a cidade de Mineápolis²¹, para o nosso estudo de caso podemos dizer que: um antigo habitante de Guajuvira conhece o distrito, um motorista de ônibus aprende a andar por ele, e um pesquisador de fora o estuda e o conhece conceitualmente.

Por isso, a preocupação deste trabalho ao abordar a percepção do morador como foco principal, considerando a visão dos turistas como secundária.

Durante a pesquisa de campo participando de um grupo de turistas (SESC Turismo) em visita à área rural de Araucária (setembro/2006), registramos algumas impressões:

“... quanto tempo que eu não escutava isto” (referente aos ruídos de pavões, galinhas e aves diversas)

“olha o bezerro!”

“... o sininho - suspirou uma visitante aliviada ao perceber que o som que acabara de escutar vinha de um sino – *“... quase saí correndo pensando o que é isto?!”*

Exclamações de admiração relativas a um ambiente diferente do seu, embora conhecido pelos meios de comunicação ou perdidos na infância. A cultura urbana dos visitantes influencia no modo como interpretam este ambiente, como a visitante que reagiu ao som do sino como se escutasse um alarme, indicando algum tipo de perigo.

A percepção de certos aspectos culturais rememora lembranças aos visitantes. Durante a mesma visita em Araucária relatada anteriormente, um senhor admirou-se dizendo *“Minha mãe me ensinou a fazer este daqui”*, ao pegar na mão um chapéu de palha da seção de artesanato do Parque Cachoeira. Na mesma ocasião, no Museu Tindiquera, um turista relembra: *“isto aqui me dá tristes lembranças”* apontando o *‘cambau’*, antiga ferramenta agrícola usada para malhar a erva-mate, datada de 1930.

²¹ “Um antigo habitante da cidade de Minneapolis conhece a cidade, um chofer de táxi aprende a andar por ela, um geógrafo estuda Minneapolis e a conhece conceitualmente. Estas são três formas de experienciar” (TUAN, 1983, p. 07).

Apesar da cultura ser um fator diferencial no processo de percepção, nem sempre o turista chega a apreender os aspectos culturais do local visitado, pois se restringem ao que os sentidos proporcionam de forma imediata. Tuan (1980, p. 107) explica que:

A resposta ao meio ambiente pode ser basicamente estética: em seguida pode variar do efêmero prazer que se tem de uma vista, até a sensação de beleza, igualmente fugaz, mas muito mais intensa, que é subitamente revelada. A resposta pode ser tátil: o deleite ao sentir o ar, a água, a terra.

O autor nos faz acreditar que tanto o entusiasmo do visitante, bem como sua postura crítica, podem ser superficiais. É a visão de um estranho, que julga pela aparência, por algum critério formal de beleza.

Por isso um turista na parte medieval de uma cidade européia manifesta deleite sobre as ruas escuras, calçadas com seixos, as esquinas e recantos íntimos, as pitorescas construções compactas de casa e as encantadoras lojas antigas, sem parar para pensar como as pessoas realmente viveram (TUAN, 1980, p. 75)

Nos reportando ao Guajuvira, se por um lado, este pode ser o plano de envolvimento do turista com o lugar, por outro lado, vemos que o morador participante do roteiro coloca a disposição não só o seu lugar do ponto de vista físico (que pode ser percebido pelos sentidos), mas aquilo que é mais permanente e mais difícil de expressar, os sentimentos que tem para com o lugar, por ser seu lar, local da sua história de vida carregado de memórias.

O envolvimento superficial do turista é preocupante na medida em que não valoriza o fator humano que organiza e é 'dono' do local visitado, proporcionando um certo desrespeito aos moradores locais podendo gerar impactos negativos.

Observamos esta atitude do turista em vários grupos, especialmente entre os maiores, concentrados nos ônibus da linha turismo ou de visitas organizadas. Durante as visitas muitos turistas, por vezes, limitavam-se à compra de produtos artesanais, disputando a atenção do agricultor que atribuladamente embalava os artigos e se preocupava com o troco (Figura 13). O tempo curto de aproximadamente 3 horas para fazer o percurso (Linha Turismo e excursões),

parando apenas 15 minutos em cada atrativo, pode ser considerado um fator limitante para a diversificação das atividades, mas não o motivo de impossibilitar conversas e contatos que promovam o conhecimento dos aspectos mais autênticos da cultura destes moradores.

Algumas reclamações dos visitantes coletadas durante a observação participante confirmaram esta situação. Três pessoas provenientes de Minas Gerais foram categóricas nas críticas, pois sentiram falta de interagir com a rotina das famílias agrícolas. Pesou também o fato de não agendarem a visita com a organização local e terem que se adaptar a programação da Linha Turismo, a qual naquela data priorizou interesses de uma demanda específica e pré-determinada.

Outra evidência partiu de um casal do grupo do SESC que, ao comparar o Caminhos de Guajuvira com outros destinos do Rio Grande do Sul e Santa Catarina comentou sobre:

(...) falta de mais opções de atividades, de fazer algo quando chegamos nas propriedades (...) falta variedade: andar na plantação, montaria, se aproximar mais dos animais (...). Gostamos muito do lugar, mas é como se fosse um diamante bruto que vai ser lapidado...

Estas ocorrências não são constantes, conforme atesta a diretoria de Turismo de Araucária, mas detectamos que demonstram um risco de se tornar uma prática habitual se nenhuma medida for tomada em relação à condução das atividades nas visitas.

Certos tipos de demanda, por vezes desinformados sobre o que vão encontrar lá, por não se interessarem por uma forma de turismo mais alternativo, podem contribuir para a banalização de características mais típicas do lugar apreendidas no contato com os moradores.

Se o contato do visitante for superficial, vislumbramos o risco da relação pessoal ser substituída pelas comerciais, minimizando a transmissão dos aspectos culturais. Tuan (1980, p. 74) alerta que “é preciso um esforço especial para provocar empatia do visitante em relação às vidas e valores dos habitantes”.

Por outro lado, observamos que os pequenos grupos que normalmente vêm de carro e mesmo uma parcela dos visitantes de ônibus se preocupam em conhecer e trocar experiências com as famílias locais.

O que podemos perceber nos relatos abaixo²²:

Em dezembro de 2005, quando visitamos ‘Seu José’ em um grupo de 04 pessoas, fomos recebidos com muita simpatia e mesmo sem solicitarmos ele fez questão de nos mostrar toda a propriedade pessoalmente, inclusive as áreas que não costuma receber os visitantes. Conhecemos como funciona a ‘máquina descascadora e classificadora de cebolas’ e ele também nos levou a uma antiga olaria desativada que guarda ainda alguns tijolos em seu forno. A estrutura onde ficavam as telhas fabricadas, hoje é aproveitada para armazenar as cebolas. Ele também nos contou sobre os esforços para adquirir um galpão e uma máquina cultivadora através de financiamento, bem como sobre as outras necessidades para desenvolver uma horta orgânica.

Coisas pitorescas também aconteceram como a presença de um simpático peru que nos acompanhou durante a visita (Relatos sobre a ave também surgiram durante a visita do SESC, por parte da guia de turismo).

Seu José nos contou uma história que permanece na memória dos moradores de Guajuvira, o fatídico incêndio dos vagões de trem.

“No dia 8 de dezembro de 1988 estava no bairro do Água Verde [Curitiba] cortando o cabelo ... às 16h45 escutamos estouros, explosões...”

Ele narrou que quando estava chegando em Araucária, achou que a poluição das indústrias estava mais forte, por causa da fumaça que via. Entrando em Guajuvira, descobriu o motivo de tanto barulho e fumaça: 09 vagões de trem haviam explodido gerando grande destruição no local.

Ao final da visita apareceu a “Babca” (vó em polonês), mãe do Seu José que veio conversar conosco, dirigindo-se principalmente a uma visitante idosa (de 86 anos), onde um dos assuntos era religião, e mesmo pertencentes a credos diferentes a conversa seguia tranquilamente.

O agricultor David Fila (Figuras 20,21), da Chácara Santa Rita, depende da produção de pêssegos para viver e em 2005 seus 800 pés de pêssego geraram quantidades significativas da fruta, comercializadas aos visitantes do roteiro. Um sorriso estampava o rosto de David ao mostrar aos turistas os cuidados com a produção; sua esposa se declarava até mesmo cansada de

²² Detectados pelo pesquisador durante a observação participante, em 2005-2006.

tanta gente que os visitavam. Porém, neste ano de 2006, os visitantes que chegaram em sua propriedade em novembro e dezembro podem ter reclamado da falta de pêssegos, frutas que sonhavam tirar do pé e saborear ali mesmo (atraídos pelos sentidos, conforme explica Tuan). Muitos talvez nem tenham se dirigido a esta chácara quando souberam que não encontrariam a fruta. Mal sabiam eles das dificuldades que seu David estava passando em função da geada que prejudicou a sua produção.

Quem conversou com Seu David, compreendeu um pouco como é viver da terra e como ele vem enfrentando tais vicissitudes. Com sabedoria o proprietário está aprendendo a lidar com outros cultivos e aprimorando a arte de transformar as frutas em licor, visando sempre ter o que oferecer para o visitante e garantir sua renda.

“... problemas de como a geada tira o lucro deles” foi mencionado por uma turista que fez o passeio com o grupo do SESC (I., 50 anos), a qual observou com sensibilidade esta situação. Lembrando que antes de chegarmos na propriedade, o guia local alertou os turistas sobre os danos que a geada causara a produção de David. Havendo assim, um cuidado no fornecimento de informações no sentido de preparar os visitantes para perceberem a realidade local.

A humildade do Sr. David também chamou a atenção da visitante Sra C. (75 anos), declarando que ele “precisa de alguém que o ensine” para que este tipo de problema com a produção possa ser evitado.

A engenheira agrônoma, Sra. E. (42 anos), que fazia parte deste passeio também relatou ter observado *“as dificuldades que as pessoas simples têm, como o seu David que perdeu os pêssegos com a geada...”*. Mencionou também a dificuldade deles de se inserirem no mercado com seus produtos.

Neste contexto em que estudamos o morador rural que se ocupa da agricultura, é imprescindível compreendermos a relação dele com a sua própria terra. E nesse sentido Tuan, (1980, p. 111) nos traz um pequeno relato de um proprietário rural, da região do sul dos Estados Unidos:

‘Para mim, minha terra está sempre aí, esperando-me e é parte de mim, bem no fundo do meu ser; é tão minha como meus braços e pernas’. (...) ‘A terra é amiga e inimiga; é as duas coisas. A terra dirige meu tempo e meus estados de

ânimo; se a colheita vai bem, eu me sinto bem, se há problema com ela, há problemas comigo'. O trabalhador rural não emoldura a natureza em lindos quadros, mas pode estar profundamente consciente da sua beleza.

O significado da terra para o agricultor é diferente daquele para o visitante. O homem do campo a conhece bem, assim como o tempo e as épocas do ano para plantio e colheita. Sua rotina é estabelecida em função do nascer e do por do sol, pois depende dos fenômenos da natureza para ganhar a vida.

Este sentimento de fusão com a natureza não é simples metáfora. Os músculos e as cicatrizes testemunham a intimidade física do contato. A topofilia do agricultor está formada desta intimidade física, da dependência material e do fato de que a terra é um repositório de lembranças e mantém a esperança. A apreciação estética está presente, mas raramente é expressada (TUAN, 1980, p. 111).

Este processo que envolve diferentes percepções de uma mesma situação depende da vivência de cada um, isto é, da experiência de lugar, incidido na maneira como conhece e constrói a realidade.

O turista pode valorizar mais sua experiência de viagem se procurar saber qual o significado do lugar para o morador. A filha dos proprietários do Comercial Iguazu, Ana Paula Czaikowski, conta o que é o Guajuvira para sua família²³:

O Distrito de Guajuvira representa para a família um lugar onde possibilitou o desenvolvimento do comércio local. Pois, a atual proprietária, Sra. Tereza Nalepa Czaikowski, é filha de uma família que veio da colônia [de poloneses] vizinha, denominada Ipiranga, onde na época as atividades eram outras, ou seja, trabalhavam na lavoura. Em 1958, quando o Sr. Francisco Nalepa, pai da Sra. Tereza, comprou a atual propriedade, modificou a vida de todos, pois começaram a trabalhar com o 'comércio de secos e molhados', entre eles a lenha, os cereais, a lingüiça, o queijo, ovos, chapéus, tecidos, roupas, calçados e, com isso, a família foi tornando-se referência dentro do Distrito de Guajuvira, principalmente por ser carinhosamente chamada por 'Mercearia do Nalepa'.

²³ Entrevista concedida em dezembro de 2006.

Mais do que dados históricos sobre o comércio local, é uma história de vida, aflorada da memória da família, que deixa escapar o orgulho de fixar um estabelecimento comercial reconhecido *carinhosamente* como referência no distrito.

Acreditamos que o roteiro de Guajuvira pode proporcionar uma experiência de viagem capaz de envolver o turista no ambiente tofílico do morador, conhecendo o modo como vivem diariamente, bem como seus momentos de vitórias e dificuldades.

Neste processo é evidente a valorização dos aspectos culturais no modo de vida das famílias do Distrito de Guajuvira que se fazem conhecer por meio do turismo. A cultura dos imigrantes poloneses ainda se manifesta nas festas típicas, na gastronomia, na preparação dos produtos (pierogui, conservas, pães, *cuques*) (Figuras 16, 17 e 30), na arquitetura, na utilização do idioma polonês na rotina das famílias, ou até mesmo no sotaque. Além destes, os tempos difíceis da Polônia e da instalação da colônia em terras brasileiras ainda estão registrados na memória desta população.

Testemunhar Seu José, Seu David, Seu Silvestre e esposa falando polonês com duas visitantes, mãe e filha nascidas na Polônia, do grupo do SESC Turismo, é uma prova viva da revalorização cultural destas pessoas (ver vídeo Apêndice 1 CD-ROM). O assessor de turismo da SMCT, André Marques, que acompanhava o grupo declarou-se impressionado, pois em 05 anos de trabalho ali, não sabia que Seu David falava polonês.

Lembramos que as duas senhoras disseram que uma das principais motivações de estarem fazendo o passeio foi a possibilidade de conhecerem conterrâneos poloneses e poderem praticar o idioma. Durante a visita, contavam sobre como vieram para o Brasil com a família, durante os tempos difíceis da Segunda Guerra Mundial.

Outras evidências da manifestação cultural étnica é a recepção de Seu José, que entra no ônibus (Figura 18) para dar as boas vindas em polonês. Ao descerem do veículo, sua mãe, a *Babca* (vó em polonês), reaviva uma antiga tradição e serve broa com sal para os visitantes.

A influência do visitante também pode revelar valores que antes não eram levados a sério. Um exemplo são os crânios de gado que só foram colocados na horta (parecendo espantalhos) da Chácara São Pedro depois que a foto de um deles foi publicada num guia de abrangência nacional (BRASIL, s.d.). Anteriormente o crânio estava ‘escondido’ em um canto da propriedade.

Outro aspecto em evidência foi a compreensão de que a visão de mundo dos moradores locais tem origem na sua cultura intimamente ligada ao cultivo da terra, à participação de toda a família no trabalho agrícola e da casa, destacando que o seu próprio espaço de residência é também o local de trabalho, o qual com o turismo, passa a agregar mais uma função, estritamente integrada ao convívio da família, ao seu espaço vivido.

Os visitantes puderam observar os aspectos ligados à cultura rural e ao *espaço natural adaptado* marcado pelo trabalho dos moradores. Sobre isto, apresentamos as respostas registradas sobre o que chamou mais a atenção deles durante a visita²⁴:

- *geralmente quando nascemos no interior (...), daí quando vamos para o rural podemos rever as nossas raízes (...) Quando põem asfalto começam a perder o que é rural;*
- *ver como fazem nas plantações;*
- *maneira simples de falarem*
- *modo de retornar o que já vivemos*
- *paisagem; ponte de ferro; chácara bem cuidada; flores; beleza dos lugares*
- *é mais rural que os outros lugares que já visitei*
- *peessoas muito simpáticas*
- *é uma terapia*
- *elementos diferentes: ar puro, transdisciplinaridade, mais calmo*
- *geléia, morango, queijo, pão saudáveis*
- *flores e alimentação*
- *humildade do Seu David*
- *alegria do Seu José*
- *hospitalidade*
- *recepção do pão com sal - pão: vida e sal: amizade*
- *lembrar o passado*
- *bem-vindo caloroso*
- *conhecimento: idioma diferente, tipo de vida, paz, simplicidade, energia positiva*
- *não se modificaram*
- *conseguiram manter as características e se abriram*
- *não se transformaram em um mini-comércio*
- *simplicidade... é isto que as pessoas procuram*
- *um dia inesquecível*
- *sair totalmente da rotina*
- *tudo foi maravilhoso*
- *não tenho palavras para descrever*
- *qualidade de vida fora de série*
- *não tem poluição, ar puro... rural*
- *coisas que relembramos do passado*

²⁴ Entrevistas concedidas durante o acompanhamento de grupos de turistas, em 2006.

- *comida muito boa*
- *interagir com o peru*
- *peessoal é meio inocente*
- *tem que divulgar mais*
- *pequenos produtores*
- *produção artesanal, de subsistência.*
- *me fez pensar em algo diferente*
- *aspecto autêntico do local*

As impressões de alguns participantes do IV Encontro de Turismo Rural na Agricultura Familiar, que visitaram o roteiro em novembro de 2005, também evidenciaram o aspecto autêntico da cultura local. A diferença para o público de turistas a lazer apresentado acima é justamente a motivação da viagem, pois estes vieram para participar de um evento técnico sobre turismo, o que também influencia a percepção:

- *Plantação de chá verde, exportação do chá..."não sabia", "bom visual"*
- *Seu José no ônibus, alegria, é de coração o que ele sente na despedida de cada grupo...já sente saudades... carinho, atenção.*
- *Qualidade de vida*
- *Confiança deles nos turistas;*
- *Forte identidade das pessoas*
- *Não tentaram ser diferentes do que são, naturalidade*
- *Boa receptividade*
- *Simplicidade: ninguém quis inventar a lâmpada*
- *Arrumação da propriedade com coisas locais*
- *Jeito simples do povo do interior*
- *Simpatia do seu José*
- *Flores do seu José*
- *A propriedade não foi descaracterizada*
- *No seu José, não é um restaurante, apenas um lugar adaptado, com pouco recurso, mas adequado à propriedade*
- *Sinalização boa, placas de identificação*
- *Nota-se que os agricultores do projeto estão gostando*
- *Educação, empenho do Seu David, cuidado dos pêssegos e licores*

Ao serem questionados sobre o que não gostaram, tiveram dificuldade de responder. Alguns disseram que gostaram de tudo; outros apontaram o fato de estar chovendo daquele dia "pena estar chovendo"; outros sugeriram algumas melhorias "poderia melhorar a entrada para ônibus do seu David", "no seu David: melhorar paisagismo, colocar bancos de madeira".



Figura 13 – Comércio de produtos
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 14 - Chácara S. Pedro/ área de visitação
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 15 – Chácara S. Pedro/ jardim
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 16 – Chácara S. Pedro/ café rural
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 17 – Chácara S. Pedro/ 2º salão de café
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 18 – Chácara S. Pedro/ Sr. José no ônibus
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 19 – Chácara Sta Rita/ espaço de vendas
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 20 – Chácara Sta Rita / família
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 21 – Chácara Sta Rita / David e Giovana
Fonte: Tamires Kopp



Figura 22 – Casa do Artesanato (Wojcik)
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 23 – Artesanato Wojcik / detalhe cortina
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 24 – Comercial Iguaçu/ recorte jornal
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 25 – Comercial Iguaçu/ visão externa
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 26 – Comercial Iguaçu/ família
Fonte: Tamires Kopp



Figura 27 – Silvestre Waenga/ turistas
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 28 – Silvestre Waenga/ propriedade
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 29 – Silvestre Waenga/ atendimento
Fonte: Letícia Nitsche



Figura 30 – Produtos típicos
Fonte: André Marques

4.2 O turismo e as modificações no espaço de vivência

Um dos pontos de partida do levantamento de dados foram as informações fornecidas pela Diretoria de Turismo, da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SMCT, da Prefeitura de Araucária²⁵, as quais relatam como ocorreram as modificações nas propriedades em função da implantação do roteiro de 2004 a 2005, conforme sistematizadas a seguir.

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SMCT fez sugestões de ordem geral, mas sem especificar “como cada um deveria proceder”, procurando interferir o mínimo possível nas “características próprias deles”. Por meio de visitas nas propriedades, reuniões e cursos foram realizadas orientações como:

- Providenciar água potável;
- Disponibilizar um banheiro;
- Fazer limpeza geral da propriedade;
- Organizar a propriedade: guardar equipamentos e ferramentas espalhadas;
- Providenciar local apropriado para o lixo;
- Manter a privacidade da família: fechar as cortinas da casa etc;
- Definir um local para o atendimento ao público;
- Embelezar a propriedade: cuidado com os jardins, consertos quando necessário;
- Nivelar as vias de circulação internas;
- Manter o ambiente natural, como não pintar as árvores de branco.

De um modo geral, consta que as famílias seguiram as sugestões, adequando instalações já existentes e organizando as suas propriedades.

Chamou a atenção da Diretoria de Turismo, a dedicação das famílias em criar formas de “*como fazer*” o que havia sido orientado, bem como realizar outras benfeitorias por iniciativa própria e apenas mostrá-las depois de prontas para a equipe da Prefeitura, conforme mostra o Quadro 1:

²⁵ Informações coletadas através de entrevistas com a Diretora de Turismo da SMCT, Marta Takahashi, na época da inauguração do roteiro (março de 2004) e durante a observação participante até 2005.

QUADRO 1 - MODIFICAÇÕES DE INICIATIVA PRÓPRIA DOS PARTICIPANTES DO ROTEIRO

Propriedade / responsável	Modificações / observações
Chácara São Pedro - José Czanowski	<ul style="list-style-type: none"> - Depois da experiência com uma encomenda de café rural para um grupo, passaram a servi-lo todos os sábados para a linha “turismo rural” (Figura 16); - Adequação do Paiol para o salão de café; - Aquisição de louça e mobiliário para o café; - Local para exposição de produtos dentro da casa; - Sistematização da venda dos <i>tickets</i>, entrega de pratos e outros procedimentos para organizar o atendimento. <ul style="list-style-type: none"> • A sugestão da SMCT foi que eles providenciassem água e café, pois seria um momento adequado para tal, uma vez que esta é a última propriedade visitada no roteiro. • Não seguiu a sugestão de embelezar o armazém com flores, até aquele momento.
Silvestre Waenga, produção de flores	<ul style="list-style-type: none"> - Cascalhou a área para o estacionamento dos veículos (Figura 28); - Decidiu que a água seria servida com galão de água mineral; - Decidiu construir um novo banheiro para os visitantes, na área externa da casa, definindo suas especificações sem solicitar ajuda externa; - Instalou um banco de madeira embaixo das árvores para a apreciação da paisagem da propriedade; - Construiu uma cerca; <ul style="list-style-type: none"> • Não seguiu a orientação de fazer um embelezamento com plantas na estrada de acesso, até aquele momento. [Porém, o fez mais tarde, conforme observado em novembro de 2006]
Chácara Santa Rita, Sr. David Fila	<ul style="list-style-type: none"> - Fez melhorias na cerca; - Construiu um espaço próprio para vendas (Figura 19); - Pintou a casa; <ul style="list-style-type: none"> • Incluiu o feijão como produto a ser comercializado, conforme orientação.
Luiz Paulo Wojcik (artesanato)	<ul style="list-style-type: none"> - Construiu a casa do artesanato para a inauguração do roteiro (Figura 22). <ul style="list-style-type: none"> • A orientação sugeria apenas que adaptasse um local para expor o artesanato.

A partir destas constatações, é possível observar a autonomia dos proprietários rurais em realizar modificações nas suas propriedades e até mesmo optar em não seguir algumas delas. Assim, podemos entender que os elementos novos concebidos a partir do desenvolvimento do turismo são autênticas criações destas pessoas e carregam a sua visão de mundo.

Seguindo esta idéia, a condução dos mapas mentais teve como objetivo focar o turismo na propriedade, entendendo que as transformações no mundo vivido destas pessoas também se expressam na forma material com que organizam seu espaço.

Por intermédio das construções mentais dos mapas, procuramos entender como o turismo é representado por estes moradores rurais, sendo este um resultado atinente a visões de mundo particulares, mas que também podem encontrar pontos de unanimidade no coletivo.

No sentido de compreender os significados destas representações foi essencial a observação participante, oportunidade em que também foram coletadas impressões de turistas que visitavam o local, já apresentadas, com o objetivo de contrapor a sua visão com aquela de quem o recebe.

4.2.1 Interpretação dos mapas mentais

Os mapas foram analisados sob o aporte teórico da metodologia desenvolvida por Kozel²⁶ (2001) associados à observação da pesquisa participante.

Essa metodologia foi desenvolvida visando a interpretação dos mapas mentais, que são representações gráficas elaboradas pelos indivíduos a partir da percepção sobre o espaço vivido.

De acordo com a metodologia Kozel o conteúdo dos mapas mentais é analisado pelos seguintes quesitos:

- 1-Interpretação quanto à forma de representação dos elementos na imagem;
- 2-Interpretação quanto à distribuição dos elementos na imagem;
- 3-Interpretação quanto à especificidade dos ícones:
 - . Representação dos elementos da paisagem natural
 - . Representação dos elementos da paisagem construída
 - . Representação dos elementos móveis
 - . Representação dos elementos humanos
- 4- Apresentação de outros aspectos ou particularidades

Esta metodologia tem sua base teórica na abordagem fenomenológica, propondo analisar as vivências intencionais da consciência para perceber o sentido dos fenômenos, cujo fenômeno global é o próprio mundo. Deste modo, ela propõe a análise de ações e projetos a partir de experiências, relativas a percepção do mundo

²⁶ KOZEL TEIXEIRA, S. Imagens e linguagens do geográfico: Curitiba capital ecológica. São Paulo: FFLCH-USP, 2001 (Tese de doutorado) - Metodologia desenvolvida para a interpretação dos mapas mentais, que em sua pesquisa abordaram a imagem que os moradores possuem da cidade de Curitiba.

e seus objetos. Enfatiza-se assim, a importância dos lugares como mundo vivido, os seus significados e suas representações.

Sob o enfoque da Metodologia Kozel os mapas mentais são analisados como representações advindas da percepção dos indivíduos, propiciando desvendar as subjetividades inerentes ao vivido e as construções simbólicas do espaço.

De acordo com o exposto foi realizada a pesquisa empírica com os mapas mentais. O público alvo formado pelos moradores integrantes do roteiro, a princípio, demonstrou certa resistência à proposta de figurar suas idéias por meio dos mapas, porém apesar de reticentes aderiram à metodologia, gerando material significativo para análise. A abordagem ocorreu individualmente em cada propriedade contando com conversas pessoais para esclarecer e orientar a respeito deste procedimento. Ao total 10 pessoas participaram da metodologia, abrangendo todas as famílias do universo de pesquisa.

A interpretação dos mapas mentais é apresentada a seguir:

1- Interpretação quanto à forma de representação dos elementos na imagem

Em todas as imagens detectamos a combinação de ícones e letras, sendo que estas últimas de caráter complementar, aparecendo de diversas formas:

- Nomeando figuras: O termo mais recorrente foi “turismo rural” (Figuras 33, 36, 39 e 40) inserido no ícone do ônibus de turismo.
- Nos outros casos as letras apareceram para nominar produtos (“licor”, na Figura 34), animais (Figura 35, “coelha”, “vaca”), integrando placas indicativas existentes, “Deus é amor”, “Amar o próximo como a si mesmo” (Figura 31) e “É akiki nós faiz arte”, “sejam todos bem vindos” e “Cantinho do Artesanato” (Figura 37). As letras também são usadas para caracterizar determinados espaços desenhados, “colhe e pague de pêssego” e “estufa de flores” (Figura 40).
- Identificando o lugar representado ou ainda como título: “Turismo rural de Araucária” (Figura 34), “*o torismo rurau*” (no verso da folha - Figura 35), “Comercial Iguaçu Guajuvira” (Figura 36) e “Propriedade Luiz Paulo Wojcik Guajuvira” (Figuras 37 e 38).
- Descrevendo expressões: na Figura 31, “Sejam Bem-vindos...”, além de comunicar uma atitude de receptividade também retrata a ocasião em que estas palavras foram escritas no solo da propriedade.

- Formando textos: nas Figuras 37 e 38, pequenos textos explicam a situação retratada e também acrescentam informações que não aparecem representadas nos ícones.
- Representado as coordenadas geográficas: Norte, Sul, Leste, Oeste. (Figura 32) “N”, “S”, “L” e “O”.

É interessante observar que as pessoas sentem necessidade de referendar os ícones representados por códigos normativos composto pelas letras, palavras que culturalmente tem maior significado e precisão para o entendimento da mensagem proposta.

2-Interpretação quanto à distribuição dos elementos na imagem;

Nas representações analisadas apareceram os seguintes elementos:

Em perspectiva: Figuras 31, 39 e 40; Vista aérea: Figuras 32, 39 e 40; Forma horizontal: Figuras 36, 37 e 38; Maneira dispersa: Figuras 33, 34 e 35

3-Interpretação quanto à especificidade dos ícones:

- . Representação dos elementos da paisagem natural
- . Representação dos elementos da paisagem construída
- . Representação dos elementos móveis
- . Representação dos elementos humanos

Verificamos que a maioria dos mapas apresenta paisagens tipicamente rurais compostas pela representação dos elementos naturais como árvores, flores, solo, nuvens, a lua e o sol (Figuras 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39 e 40) e elementos da paisagem construída aparecem representando as áreas de cultivo e criação de animais, casas, postes, cercas, estradas, igreja, jardim e estufa de flores (Figuras 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39 e 40).

Elementos móveis aparecem representados, sobretudo pelo ônibus do turismo rural e carros dos turistas (Figuras 33, 34, 36, 39 e 40) além da carroça (Figura 35).

Os elementos humanos não aparecem apenas em três mapas mentais (Figuras 31, 36 e 38), evidenciando a importância das pessoas, principalmente do turista, o visitante e também comprador de seus produtos.

4- Apresentação de outros aspectos ou particularidades

Aparecem em todas as imagens ícones que representam a receptividade dos moradores, os produtos a oferecer aos turistas, a organização de sua propriedade o que demonstra uma relação harmônica com o processo de visitação turística no roteiro em questão.

Com a realização da pesquisa participante procuramos aprofundar a interpretação dos mapas mentais, associando à análise acima desenvolvida informações coletadas durante a observação com a finalidade de desvendar o significado destes elementos no espaço vivido dos moradores que fazem parte do roteiro “Caminhos de Guajuvira”.



Figura 31 – José Czanowski, 58 anos, Chácara São Pedro

De acordo com o mapa mental correspondente a Figura 31, ‘Seu’ José retratou exatamente a área da propriedade que recebe os visitantes (comparar com a foto da Figura 14), reforçando um aspecto notório da sua pessoa que é a receptividade. A mensagem de boas-vindas aparece no primeiro plano do desenho, no segundo plano, o jardim, e ao fundo, o salão de café e a uma parte da residência.

As palavras *“Sejam Bem-Vindos...”* a primeira vista podem ser interpretadas como um convite ao leitor, porém também possuem um significado diretamente ligado ao vivido proporcionado pelo turismo. ‘Seu’ José conta que ao receber um grupo de visitantes do Rio Grande do Sul, recolheu as flores que haviam caído com o vento e escreveu com pétalas no gramado a mensagem de boas vindas. Na saída, os visitantes encantados, retribuíram com o mesmo gesto escrevendo *“Obrigado”*.

O jardim está repleto de significados, que vão do aspecto estético que embeleza a propriedade até uma forma de transmitir uma fé religiosa aos visitantes. As plantas dão sombra para “tábuas” bíblicas que contam a história da criação da terra e do homem (Figura 15). A horta não aparece no desenho, mas suas cores e formas valorizam a paisagem do jardim. Ela foi implantada ali depois que a família começou a trabalhar com o turismo e ‘Seu’ José costuma falar a respeito das espécies cultivadas e técnicas de agricultura orgânica aplicadas.

A instalação que aparece aos fundos é o salão de café, adaptado a partir de uma garagem. Aos poucos a família adquiriu mais mesas e cadeiras, louças entre outros utilitários para servir o café rural típico polonês (Figura 16). O movimento foi aumentando, surgindo a necessidade de reciclar um paiol de depósito para ser ocupado como mais um salão de café e exposição de produtos para venda (Figura 17). A simplicidade e originalidade foram mantidas na transformação da propriedade.

Apesar de não haver elementos humanos neste mapa, a atitude receptiva dos moradores está presente como marca principal. Esta característica também aparece no discurso do proprietário: *“as pessoas chegando... é bom ver as pessoas chegando... estarem aqui... Querem ser bem recebidos, querem proprietários comunicativos”*

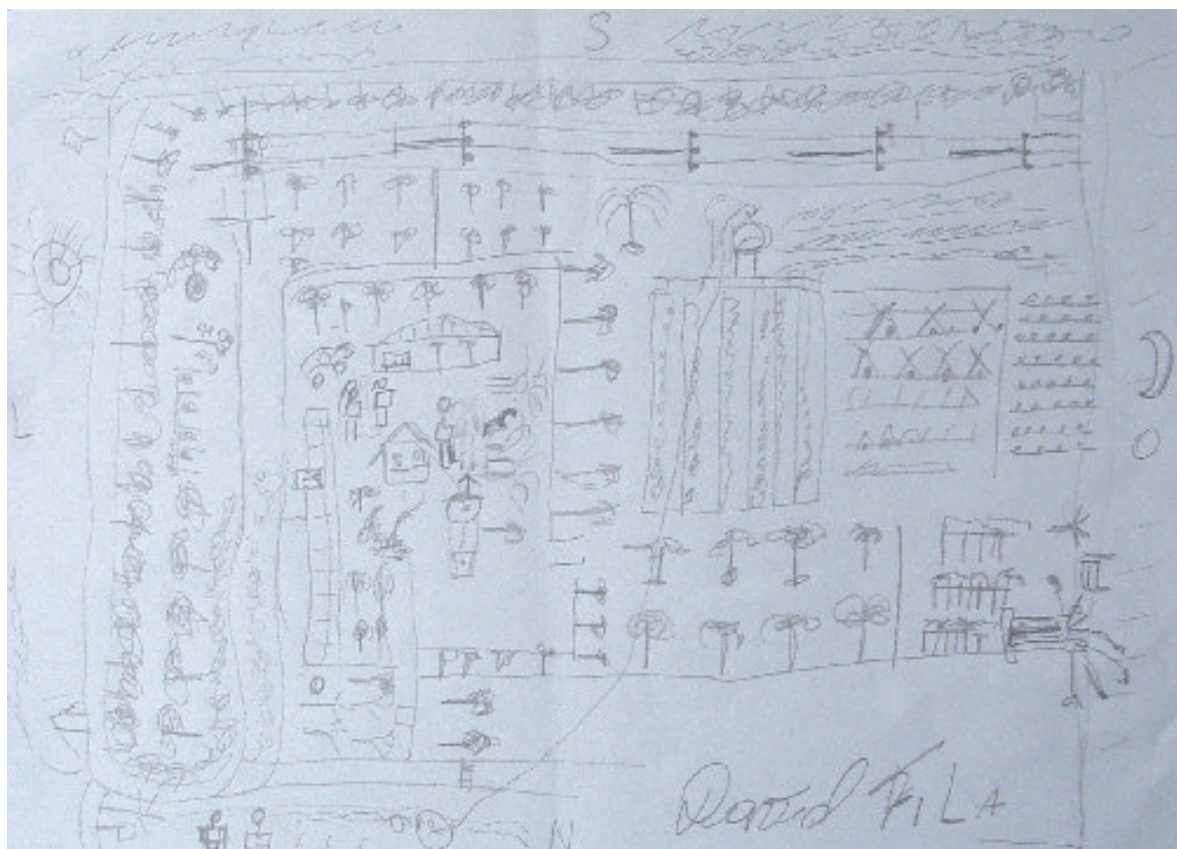


Figura 32 - David Fila, 58 anos, Chácara Santa Rita

Na Figura 32, a visão que ‘Seu David’ apresenta, é de praticamente um mapeamento da sua propriedade, mostrando que a conhece muito bem. Faz do papel um veículo para comunicar a diversidade de elementos que existe. Caracteriza cada área de cultivo com figuras diferenciadas, retrata as áreas construídas, as vias de acesso internas. Faz a delimitação das terras, inclusive situando-as nas coordenadas geográficas, reforçadas pelos ícones do sol a Leste e da lua a Oeste – representando as direções do nascer e do pôr do sol.

Podemos identificar que tudo que foi representado no desenho, da maneira mais completa possível, foi construído por Seu David com a família, portanto possui um significado ligado ao seu lar e seu meio de sustento. Estes aspectos do mundo vivido são também demonstrados aos visitantes que ali chegam.

Durante a pesquisa empírica, foi notória a expressão de orgulho do proprietário Seu David acompanhando os turistas para conhecer o pomar de pêssegos e explicar as diferenças entre os 08 tipos desta fruta.

Quando perguntado sobre o que ele mais gosta nas visitas, revelou *“gosto das pessoas, gosto de conversar e explicar os tipos de fruta... as pessoas quando vem, querem informações”*.

Em Dezembro de 2005 Seu David demonstrava-se muito satisfeito com o turismo na propriedade. Pelas informações que nos forneceu, estava vendendo toda a produção sem sair de casa.

Percebe-se um aumento de auto-estima estimulado pelo processo turístico na propriedade.

Fez melhorias na propriedade, construiu áreas para pesagem das frutas, balcão (Figura 19), banheiro, lavatório e realizou a pintura da sua casa.

Em 2006, o problema provocado pela geada, conforme relatado anteriormente, abateu Seu José e a família. Porém a dificuldade obrigou a busca por novas possibilidades, como o investimento na diversificação da produção (para não depender somente do pêssego) e a busca por novos conhecimentos sobre o preparo de alimentos e aperfeiçoamento da fabricação de licores.

É inserido neste novo contexto de vida que Seu David representou o turismo na sua propriedade através do mapa, procurando mostrar o resultado do seu trabalho e as inúmeras possibilidades da sua propriedade ricamente detalhadas.

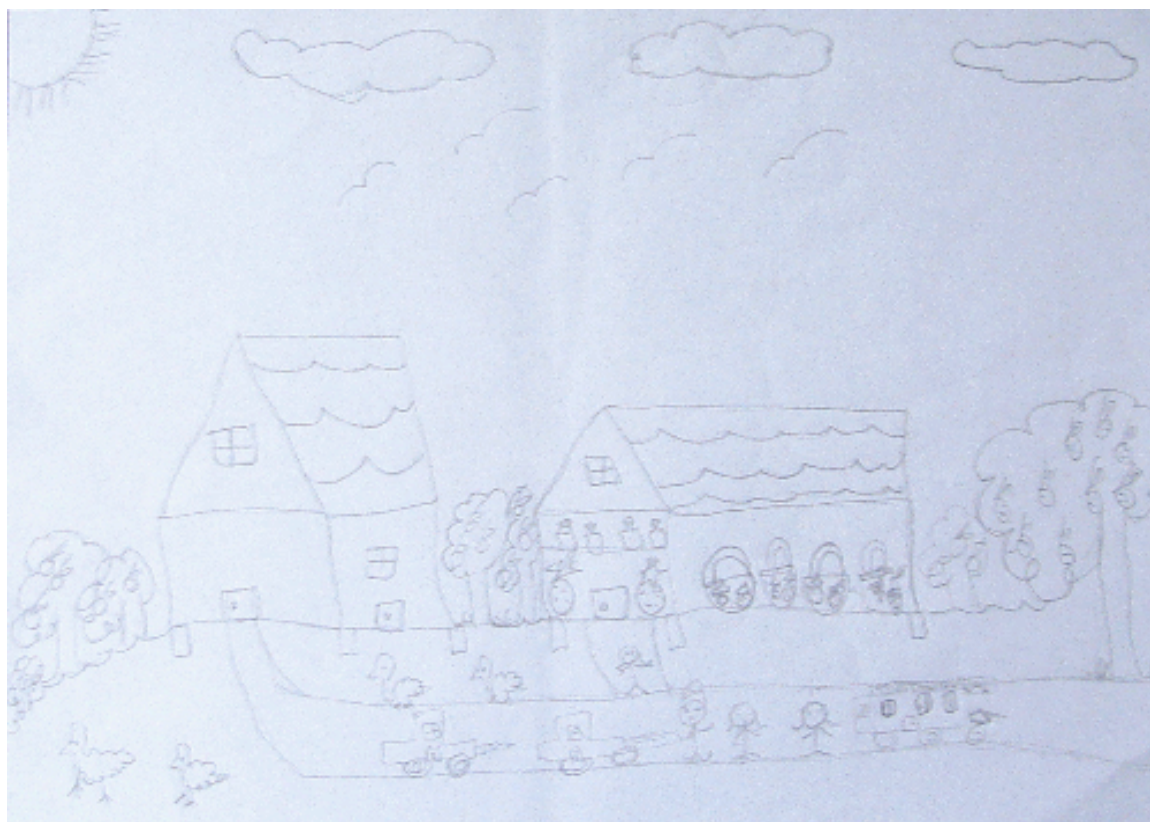


Figura 33 - Rosangela Fila Zilinski, 29 anos, Chácara Santa Rita

A visão de Rosangela (Figura 33) se traduz na idéia de uma propriedade ‘feliz’: sob o sol, nuvens e pássaros no céu, as frutas das árvores parecem sorrir, as galinhas andam livremente, as garrafas de licor e as cestas com frutas estão a disposição dos turistas que transitam à pé no caminho, também representados pelos carros e pelo ônibus do ‘turismo rural’. Retrata uma paisagem a ser apreciada como um convite para também ser vivenciada.

A produção rural em si não é enfatizada como no mapa da Figura 32, mas apresenta a idéia dela estar pronta a ser consumida pelo turismo, além de uma propriedade voltada ao turista, como a área construída preparada com as cestas de frutas, licores e outros produtos para a venda.

Enquanto a instalação utilizada para receber os visitantes mostra em detalhes o que possui em seu interior (cestas, frutas, licores), a outra que demonstra ser a residência parece estar reservada para o convívio familiar. Da mesma forma ocorre na visita turística, onde a casa de moradia não é aberta para trânsito dos turistas.

Na Figura 34, a frase “Turismo Rural de Araucária” concebe uma espécie de título ao desenho, confirmando que a propriedade retratada faz parte do turismo no município.

O mapa mental elaborado por Darcy (Figura 34), deixa clara a presença do turista representado pelos elementos humanos, ônibus, carro, estrada com veículos e o movimento dos mesmos, demonstrado pela fumaça.

*Minha cabeça está cheia. Tem noite que não consigo dormir... é tanta gente.
Mas é bom, que a gente vende bastante.*

Apesar de declarar que às vezes fica cansada, Darcy não quer que o movimento pare, pois afirma que as vendas valem a pena.

Este mapa evidencia o resultado do trabalho na propriedade: frutas, cestas para colhê-las e o licor produzido.

O elemento natural também é retratado, por meio das árvores e da flor, contextualizando a propriedade num ambiente natural transformado pelo cultivo de frutas.

A presença da estrada, além de mostrar o movimento de veículos (que pode ser atribuído aos visitantes), também situa a propriedade no roteiro turístico, demonstrando um sentimento de pertença à nova atividade.

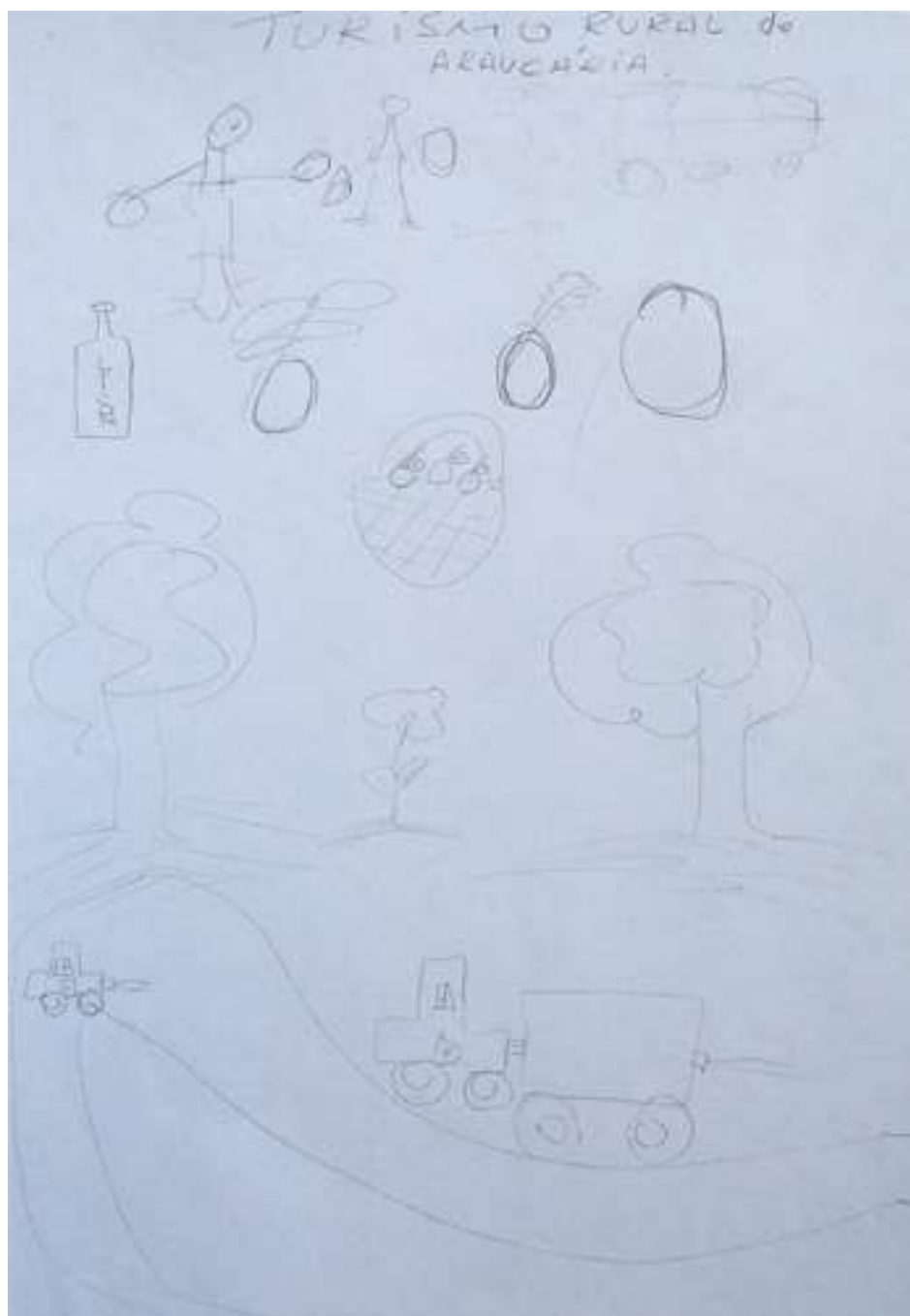


Figura 34 – Darcy Fila, 55 anos, Chácara Santa Rita



Figura 35 – Giovana Zilinski, 7 anos, Chácara Santa Rita

Giovana (Figura 21), costuma acompanhar os turistas junto com seu avô, interagindo com os adultos e as crianças. No seu mapa mental, Figura 35, retratou coisas que ela vê todo o dia, que fazem parte do seu mundo na propriedade e de seu universo de brincadeiras como a grande borboleta, seu coelho de estimação, a vaca, frutas, árvores, a casa e outros elementos, muitos dos quais ela costuma mostrar aos turistas.

Durante as visitas à Chácara Santa Rita (observação participante), Giovana sempre conversa com os visitantes. Uma das vezes, em visita com um pequeno grupo familiar, Giovana fez questão de nos mostrar sua coelha. Em outra ocasião, mostrava orgulhosa os filhotes de cães que haviam nascido há poucas semanas.

Seu avô, a quem demonstra um grande apego, é retratado fumando na imagem.

Chama a atenção que no verso do papel ela escreveu “*O turismo rural*”, identificando o desenho, ou seja, destacando que ela considera estes elementos do cotidiano relacionados aquilo que ela entende por turismo rural.

No caso dos mapas (Figuras 33, 34 e 35) relacionados à Chácara Santa Rita as cestas, garrafas de licor e frutas são elementos marcantes.

O morango aparece caracterizado nas Figuras 33 e 35 realizadas em 2006, quando houve um aumento da produção, minimizando as dificuldades no rendimento familiar provocadas pelos prejuízos do pêssego.

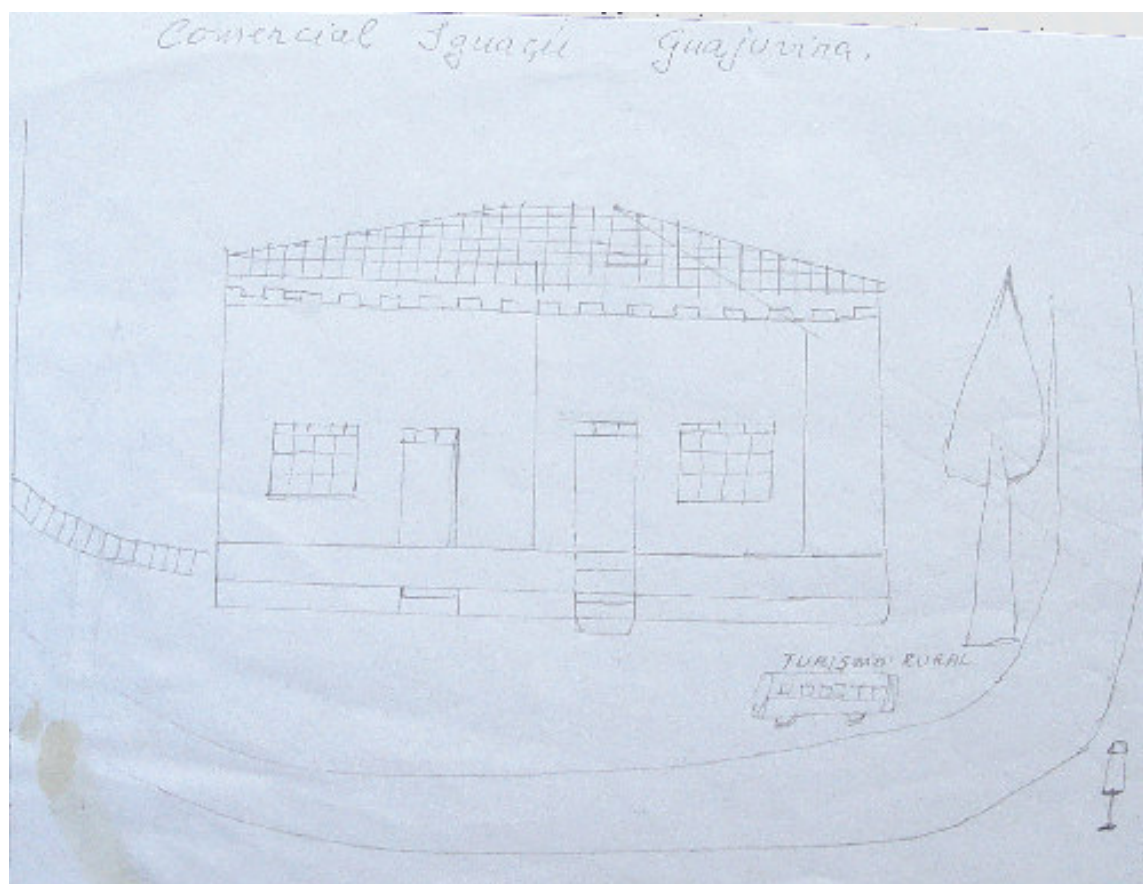


Figura 36 - Sra. Tereza Nalepa Czaikowski, 61 anos, Comercial Iguaçu

A Figura 36 representa uma visão externa do seu empreendimento (comparar com a foto da Figura 25), o qual possui a residência da família acoplada. O mapa mental é retratado com realismo: os detalhes construtivos da edificação histórica (portas, janelas, telhado e lambrequins), a esquina representada pela linha vertical no centro da casa e a sua localização na estrada próxima ao trilho do trem. A composição do mapa por estes elementos, os quais quase não sofreram modificações durante os anos, passa-nos a impressão de que o Comercial Iguaçu é o mesmo de sempre.

Em relação aos aspectos físicos da construção, de fato recebeu poucas alterações visíveis de fora, porém internamente teve a construção de uma nova cozinha para facilitar o preparo do salame e de outros produtos, além da pintura do local onde os turistas são recebidos.

Ana Paula Czaikowski²⁷, revela que estas modificações ocorreram quando o turismo passou a fazer parte da rotina da família (Figura 26). Ela dá ênfase às alterações pessoais vivenciadas:

O início da atividade turística no Comercial Iguaçu possibilitou que a família pudesse trabalhar de forma unida e programada para atender aos turistas (...) a procura por determinados produtos foi aumentando, foram aprendendo a fazer um planejamento para poder atender melhor os turistas que visitam a propriedade (...) Com isso, também sentiu-se a necessidade de participar de alguns cursos na área de atendimento, manipulação de alimentos, entre outros.

A mudança nos hábitos familiares em função do turismo também ficou evidente:

Agora, cada um começou a se responsabilizar pela atividade e a ajudar tanto na produção e preparação dos produtos como na hora de prestar o atendimento ao turista. Exemplo: aos sábados a família divide as diversas atividades que tem a fazer para preparar os produtos para atender aos turistas que vêm no ônibus Linha Turismo.

Ao entrarmos no Comercial Iguaçu, vemos a variedade de artigos. (Figura 6 e 26), muitos deles de origem local e outros industrializados para atender a comunidade com aquilo que não é produzido ali.

A principal atividade dos turistas neste local são as compras (Figura 13). Porém aqueles que vão com mais tempo podem conversar com Dona Tereza e Seu

²⁷ Filha dos proprietários do Comercial Iguaçu, Bacharel em Turismo. Entrevista concedida em dezembro de 2006.

Antônio: Depois de atender algumas vendas do pequeno grupo de visitantes, a primeira coisa que Dona Tereza mostrou foi um recorte de jornal de 7 de janeiro de 1970 (Figura 24) que descreve a história de uma inundação no Guajuvira, exibindo a foto do Comercial Iguaçu em meio a água. Em contraste a inundação, Dona Tereza também contou do incêndio avassalador de 1988 que destruiu a olaria (fabricação de telhas e tijolos) que ficava ao lado do armazém (restando apenas as chaminés) e várias outras edificações que ali existiram. “em meia hora estava tudo destruído” (açougue e outros locais que especificou). Toda a família saiu correndo do armazém e ela só teve tempo de pegar uma caixa com documentos. Apenas fecharam a porta, sem trancar... Falou aliviada que a equipe de bombeiros impediu a invasão do fogo no seu estabelecimento.

Observamos que o empreendimento envolve o trabalho da família que se divide entre este e os serviços da casa, a qual faz parte da mesma instalação. A cozinha parece servir tanto o comércio quanto a residência, havendo pouca distinção na separação entre tais atividades. Da mesma forma, os visitantes do turismo demandam alguns serviços adicionais em comparação com os fregueses locais, como por exemplo o uso de um banheiro. Para tal, é disponibilizado o banheiro da casa sendo necessário atravessar a área residencial para acessá-lo, intervindo no espaço privado familiar, conforme observado nas pesquisas de campo.

Apesar da aparente invasão de privacidade, a família de Dona Tereza está satisfeita com o Turismo, conforme declarou Ana Paula:

O Turismo só tem contribuído para o desenvolvimento do Comercial Iguaçu, pois antes a maioria dos fregueses era o pessoal da região e com o início da atividade turística, a família passou a produzir e vender mais.



Figura 37 - Flaviane Mara Wojcik, 18 anos, artesanato

Na Figura 37, o elemento principal é o “Cantinho do artesanato”, uma pequena casa na entrada da propriedade preparada especialmente para exposição e venda do artesanato. É o local onde os visitantes são recebidos e permanecem, uma vez que não circulam pelos outros espaços da propriedade.

Segundo informações da SCT de Araucária esta casa foi construída pela iniciativa dos proprietários pouco antes da inauguração do roteiro, sem que a Prefeitura tenha recomendado uma nova edificação, mas apenas a necessidade de um local para a exposição e atendimento dos visitantes. Esta é uma criação da família, que indica uma transformação no seu espaço de vivência, a partir do momento que começaram a trabalhar com o turismo.

A representação detalha a casa do artesanato com suas cortinas feitas de contas (conforme a foto da Figura 23), esferas de cipó suspensas, placas com dizeres, telhas, situando-a entre duas árvores num espaço aparentemente amplo, porém não faz menção à proximidade com a residência da família, com os portões e a rua, além de características urbanas da propriedade, localizada na área central do distrito (foto Figura 22). Assim sendo, a residência da família mantém-se reservada, mas o espaço do artesanato fica em evidência, fazendo-nos entender que ele possui um significado muito expressivo de representar a atividade do turismo para a família. O fato de estar sendo fotografado pelo turista, ou seja, apreciado e de alguma forma levado como lembrança, reforça a posição de orgulho da família em relação ao artesanato, que na realidade é fruto dos talentos artísticos da família.

O texto aparece reforçando o fato do trabalho artesanal estar chamando a atenção dos turistas:

“O que está chamando muito a atenção é a quantidade de pessoas que fotografam a nossa propriedade!”

“Os turistas acham interessante a placa que diz ‘É AKIKI NÓIS FAIZ ARTE’, eles gostam muito”.

A fiel reprodução das placas fixadas na casa transmite para o papel a receptividade da família e a divulgação do seu lugar de fazer artesanato:

“É akiki nós faiz arte”; “Sejam todos bem vindos”; “Cantinho do artesanato”.

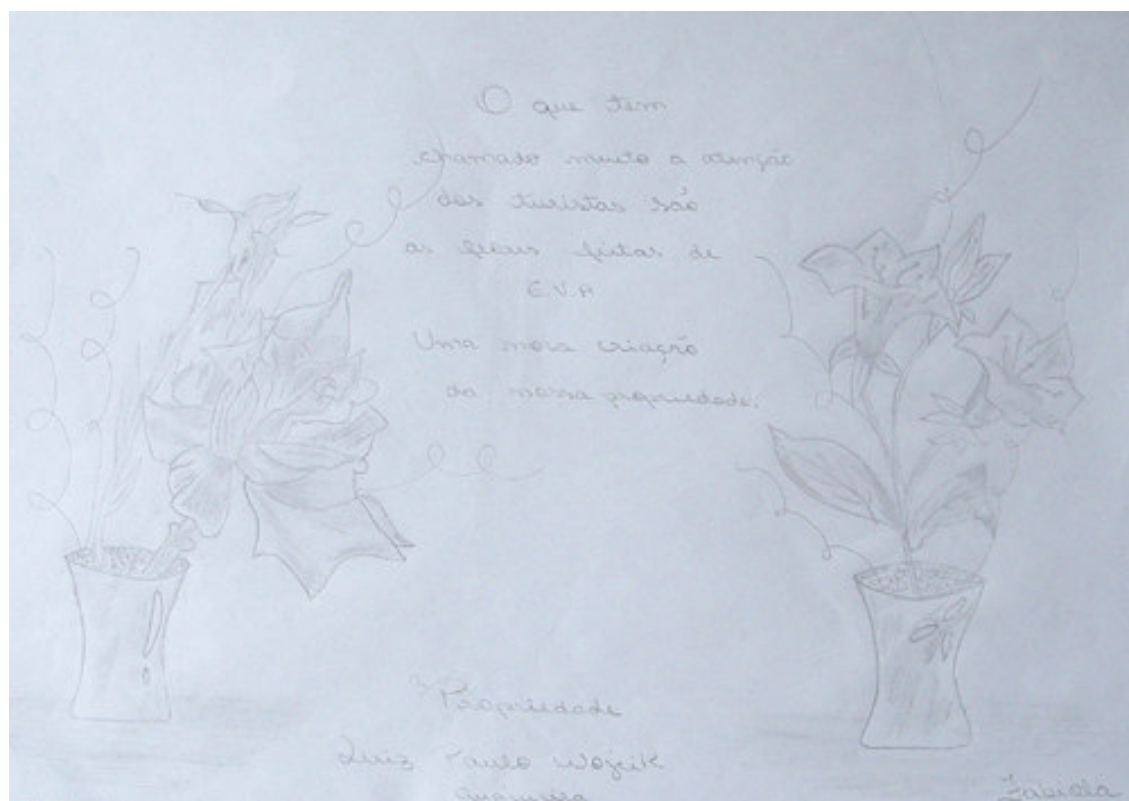


Figura 38 - Fabiola Dulce Wojcik, 14 anos, artesanato

Fabiola utiliza o mapa (Figura 38) para mostrar seu produto, o que pode ser entendido como uma espécie de divulgação de um dos produtos artesanais do empreendimento, conforme expressado por ela no pequeno texto: *“O que tem chamado muito a atenção dos turistas são as flores feitas de E.V.A. Uma nova criação da nossa propriedade”*.

Assim como no mapa da Figura 37, faz a identificação “Propriedade Luiz Paulo Wojcik” “Guajuvira”, relacionado ao nome turístico que consta no material promocional do roteiro.

Além da valorização do trabalho artesanal, a sua visão do turismo na propriedade também estaria ligada à atividade comercial, por retratar um produto de venda.

As Figuras 39 e 40 apresentam visões similares sobre a propriedade, ambas têm a característica de proporcionar uma visão aérea, com ênfase nos espaços que o turista transita (Figuras 27 e 29).

A Figura 39 situa a chácara com pontos de referência externos a propriedade como a igreja, o entroncamento na estrada e indicação da placa de sinalização. A Figura 40 possui mais detalhes dos espaços internos da propriedade, incluindo também a indicação de alguns deles por escrito ‘colhe e pague de pêssego’, ‘estufa de flores’. Célia também retratou a placa de sinalização ‘SW Produção de Flores’ e a outra placa da entrada “sejam bem vindos”. Neste mapa constam animais, como as galinhas e um cachorro, que normalmente interagem com os visitantes.

Ambas apresentam elementos humanos representando o movimento de pessoas trazidas pelo ônibus de “turismo rural” retratado. Os dois mapas também incluem as benfeitorias mais recentes da propriedade como a nova estufa de flores construída no final de 2006, em função do aumento dos rendimentos.

A residência da família aparece no plano de fundo (comparar com foto da Figura 28), sendo na Figura 39 separada pela linha da estrada, e na Figura 40 distanciada pelo o jardim. A visita turística realmente ocorre da linha do ônibus para baixo e dificilmente os visitantes são conduzidos para os outros ambientes não retratados.

A visão do turismo na propriedade engloba parte a ocupação diária da família de cultivar flores (produto principal) e pêssegos, mas não inclui as demais áreas de cultivo. Uma amostra da lavoura aparece no plano de fundo, mais nítida na Figura 40 e apenas uma indicação na Figura 39, como parte da paisagem da entrada.



Figura 39 - Silvestre Waenga, cultivo de flores

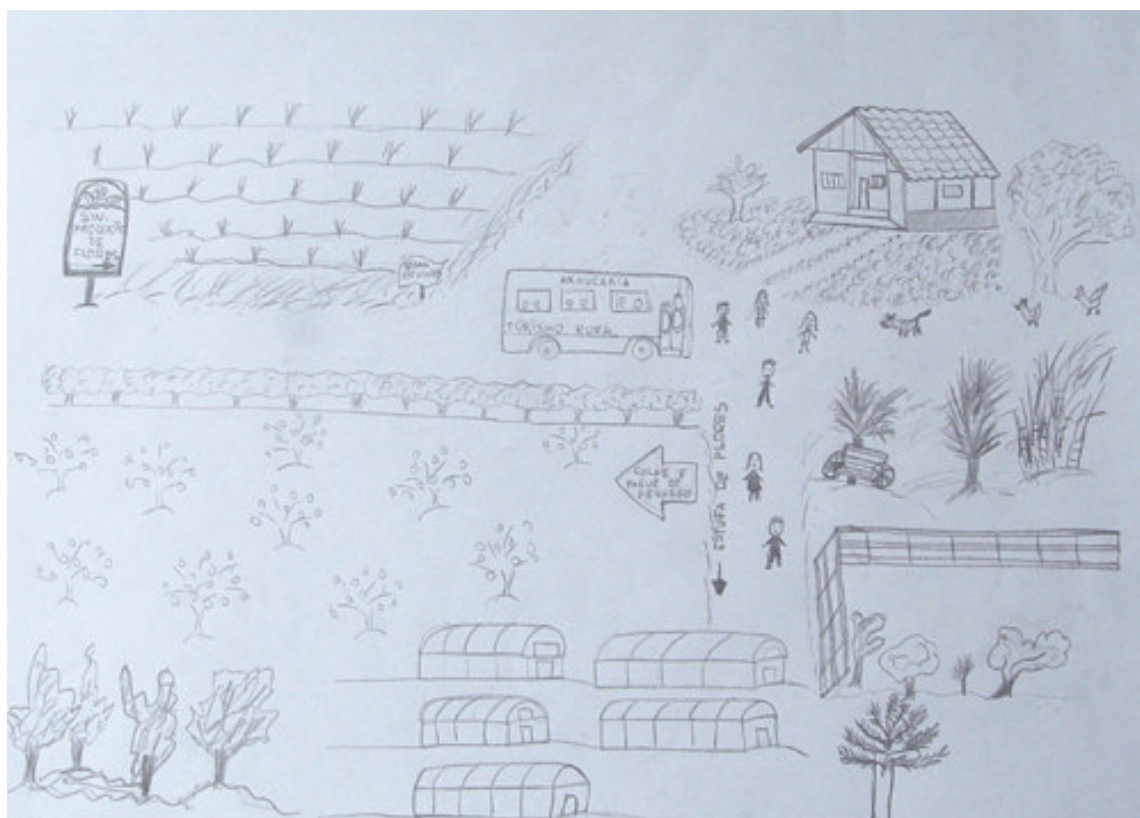


Figura 40 - Célia Waenga Cardoso, cultivo de flores

Os mapas demonstram uma série de representações relacionadas à presença da atividade turística na propriedade, seja pela figura do próprio turista e do ônibus 'turismo rural', seja pelos produtos comercializados ou pelo modo como ela é reorganizada e preparada para receber estes visitantes.

O discurso e as práticas observadas confirmam uma mudança de hábitos relacionada à rotina que antes se limitava ao trabalho no campo, evidenciando uma dedicação para atender o turista e oferecer-lhe novos conhecimentos, mas também adquirir experiências diferentes proporcionadas por este contato com pessoas de fora que trazem outra cultura.

Quando as casas de moradia aparecem nos mapas (em 6 deles) estas se mantêm reservadas, sem detalhamentos e sem elementos relacionados à visita turística, indicando um lugar em que o mundo vivido não se envolve diretamente com o turismo, um ambiente de convívio privativo da família.

Ao mesmo tempo em que preservam alguns espaços longe da circulação turística, também evitam que esta atividade invada e modifique certas características bem particulares da sua cultura, pois enquanto alguns aspectos culturais se encontram valorizados pelo turismo, outros podem sofrer prejuízos.

Entendemos que os mapas mentais retratam com maior ênfase os aspectos do mundo vivido em que o turismo faz parte, onde podemos observar as seguintes idéias representadas sobre o turismo:

- Está inserido no trabalho árduo do agricultor no campo: os produtos da agricultura e as áreas de cultivo são amplamente retratados.
- É nítida a idéia de ganhos monetários, às vezes manifestada de forma explícita pelo discurso, mas nos mapas mentais está presente indiretamente, ligada aos produtos e à organização dos ambientes de comércio.
- Constata-se a melhoria da auto-estima do morador do campo em relação ao seu modo de vida: faz questão de divulgar por meio do mapa mental o que tem a ofertar para o turismo, sempre relacionado à sua propriedade e aos elementos criados por ele. Assim, vemos o mapa mental constituindo-se em uma construção sócio-cultural, uma forma de comunicação.

- Turismo como um fator novo que modificou o espaço vivido, já que apresentaram aspectos da propriedade transformada devido à atividade iniciada após 2004.
- O ônibus 'turismo rural' figurou como um ícone do turismo, presente em muitas representações, reforçando que o ícone "ônibus" torna a propriedade turística.
- Além do ônibus, a idéia de turismo tem como sinônimo os elementos humanos - turistas que transitam pela propriedade;
- O sentimento topofílico em relação ao lugar passa a incluir o turismo como parte dele. A presença do turista e sua influência na apreciação do lugar agregam novos valores na relação dos moradores com seu espaço, o que nos faz deduzir que o turismo intensifica este sentimento de topofilia.
- O turismo não foi retratado de forma negativa, e tampouco assim manifestado no momento da observação participante. A não ser por alguns apontamentos sobre a imprevisibilidade do número de visitantes esperados para o café rural (Chácara São Pedro) e sobre o movimento excessivo de pessoas na época de pêssegos (relatado por Darcy Fila, Chácara Santa Rita). Apesar disto, o peso destas percepções no contexto de satisfação geral em que foram reveladas, não permite considerar que o turismo gere impactos negativos significativos, sob o ponto de vista dos participantes do roteiro.
- Os turistas conseguem perceber as características mais autênticas, porém a ameaça de reduzir estes aspectos a relações comerciais é iminente quando a visita é conduzida exclusivamente para as compras.
- Os moradores manifestam interesse em estar sempre melhorando, pelo entusiasmo em participar de cursos de capacitação e adquirir conhecimentos para atender melhor o turista.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurando compreender como o turismo afeta a cultura das comunidades mais tradicionais, foi realizado o estudo de caso no roteiro “Caminhos de Guajuvira” com o objetivo principal de analisar o significado do turismo para os moradores do Distrito de Guajuvira que recebem os visitantes em suas propriedades.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de um enfoque interdisciplinar integrando aportes geográficos (geografia cultural e das representações) e do turismo com fio condutor na fenomenologia, tendo em vista o conceito de mundo vivido e as subjetividades dele decorrentes ser o cerne das análises propostas.

Nesta trajetória, o aporte teórico da Geografia Humanista com seu olhar fenomenológico apreendeu o subjetivismo do “vivido” e dos aspectos culturais. Essa abordagem propiciou o entendimento da visão de mundo dos moradores rurais como sujeitos da pesquisa.

As representações geográficas foram concebidas dentro do contexto humanista, referendada pelos mapas mentais que revelaram como o turismo está representado no espaço de vivência dos moradores do lugar.

A teoria ligada ao turismo promoveu reflexões sobre o “Caminhos de Guajuvira” como um roteiro turístico e sua relação com o Turismo Rural. A ênfase quanto às características da oferta turística atrelada intimamente ao modo de vida das famílias rurais nos levou a discutir a problemática cultural provocada pela atividade.

Foram detectados poucos estudos de turismo com fundamentação fenomenológica, o que faz deste uma oportunidade para mostrar sua importância para incentivar pesquisas na área.

A articulação entre as abordagens teóricas da Geografia e do Turismo foi profícua também na pesquisa empírica de caráter qualitativo, onde a metodologia KOZEL foi utilizada para análise dos mapas mentais associadas a informações e percepções oriundas da observação participante, enriquecendo as análises e reflexões.

A observação participante permitiu o contato mais próximo com a experiência do turismo no cotidiano dos integrantes do roteiro e também possibilitou captar a percepção do visitante sobre o lugar.

Detectamos que o significado do turismo está ligado às transformações no espaço de vivência destes moradores, materializado conceitualmente na figura da propriedade onde vivem. Assim, os mapas mentais se constituíram num interessante instrumento para analisar o turismo na propriedade.

A metodologia pautada nos mapas mentais nos revelou que esta linguagem figurada por ser multidimensional reflete a estrutura espacial da realidade, trazendo mais subsídios para compreender as transformações do turismo no contexto sociocultural destas famílias, enquanto que uma linguagem convencional, por ser linear e seqüencial em sua apresentação e compreensão, poderia limitar a expressão dos sujeitos pesquisados.

O mapa mental foi entendido como uma construção sociocultural na medida em que expressa e reflete o espaço vivido e as percepções dele advindas.

Os resultados da pesquisa nos mostraram que o significado do turismo para estes moradores está aliado as seguintes idéias:

- Modificação nos hábitos diários (divisão entre o trabalho agrícola e no turismo, planejamento familiar para atender o turista), trocas de experiências com as pessoas de fora e aquisição de novos conhecimentos.
- Valorização de manifestações culturais tipicamente rurais (idioma, gastronomia, costumes diversos) aonde também vem se resgatando a presença da etnia polonesa. Tais manifestações não possuem mais os mesmos propósitos da época da colonização, mas estão se ressignificando com o turismo.
- Presença de elementos novos no seu espaço de vivência: representados principalmente pela figura do turista e do ônibus da Linha Turismo (como ícones encontrados nos mapas mentais), bem como estão relacionados a readequação de instalações existentes e criação de novas estruturas para atender o turista.
- Mudanças na forma de organizar a propriedade: delimitação da área residencial da família, em separado dos espaços de atendimento e circulação dos visitantes. Destaca-se que foi necessário reservarem um espaço dentro da sua própria propriedade para terem a privacidade da família, longe da visita turística.
- Geração de renda: o aumento da produção para atender o turismo e a necessidade de diversificá-la, principalmente com o processamento de produtos

antes só vendidos *in natura*, aliados à facilidade da venda direta ao consumidor final, agregou valor ao produto e conseqüentemente ao preço.

- Elevação da auto-estima, atribuída à busca pela aquisição de conhecimentos, pela capacitação pessoal (participação em cursos e reuniões técnicas) e pela demonstração de orgulho em relação ao que é seu e está sendo mostrado ao visitante do turismo.

- Intensificação do sentimento topofílico na medida em que estabelecem novos vínculos com seu lugar de vivência, considerando a visão do outro, o turista.

De um modo geral, os participantes do roteiro estão satisfeitos com o turismo, havendo raras manifestações de desapontamento, como as relacionadas à instabilidade da freqüência de visitantes, mas não a impactos negativos gerados.

Foi possível identificar que o que o turista percebe e aprecia está ligado a vários dos elementos envolvidos no significado do turismo para os moradores, no que concerne aos aspectos da autenticidade cultural, das raízes étnicas, do meio ambiente e práticas tipicamente rurais.

Há que se considerar ainda que apesar da grande satisfação dos visitantes em relação ao conhecimento dos aspectos mais autênticos das práticas e saberes locais, houve manifestações sobre a falta de uma maior interação com os mesmos, por meio de atividades que poderiam ocorrer durante as visitas.

Neste sentido, também observamos que as atividades realizadas durante a visita, muitas vezes se resumiam à venda de produtos, apontando-nos o risco iminente da transformação das relações pessoais em bens de consumo, uma tendência de muitos locais turísticos.

A partir do momento em que a comunidade passa a ser vista como um produto, ela perde sua autonomia, sua liberdade de decisão, sua originalidade e sua própria identidade. Assim sendo, é importante a execução de medidas para evitar que este risco se torne uma realidade.

Sugere-se incentivar as atividades de vivência na propriedade enfatizando os aspectos rurais e étnicos da cultura local, estreitando o contato pessoal entre visitantes e visitados. Neste contexto, o comércio de produtos que se constitui em uma importante fonte de renda deve ser mantido, porém integrado às demais atividades de lazer.

A constatação de que o significado do turismo para os moradores participantes do roteiro está intrinsecamente ligado à idéia de mudança, pode soar muitas vezes como uma ameaça à conservação da identidade cultural destas pessoas.

Porém, entendemos estas mudanças dentro da concepção pós-moderna referendada por autores da geografia cultural e do turismo, que elucida a cultura como um processo dinâmico, renovado constantemente, fazendo-nos enxergar a possibilidade de que novas identificações culturais possam estar se formando entre os moradores do “Caminhos de Guajuvira”.

Assim, as transformações verificadas no espaço de vivência destas pessoas não se constituem necessariamente na substituição de valores, mas na articulação entre eles, desde que não se anule a autenticidade local, levando a uma padronização cultural globalizada.

Apesar dos participantes do roteiro optarem pelo turismo por conta própria e modificarem seu espaço de vivência de forma autônoma, nota-se que não há uma organização coletiva atuante, dependendo ainda do poder público para a operacionalização do roteiro e outras iniciativas.

Um olhar mais humano para o turismo

Diante dos rumos que nortearam o desenvolvimento do trabalho, arriscamos uma crítica ao tom impessoal com que, de um modo geral, o turismo é abordado nos estudos que se preocupam eminentemente com os fatos.

A demanda é tratada de tal forma que parece uma entidade independente, mas ela é feita de pessoas. A oferta é manipulada pela superestrutura (Governo, entidades de classe e organizações não-governamentais) e pelos empresários como se fosse um objeto, mas ao ser constituída de bens e serviços, precisamos lembrar que estes bens pertencem a alguém, são mantidos, preservados, construídos de acordo com a vontade de pessoas. Quanto aos serviços, é evidente que não existem sem as pessoas que os realizam, além de estarem condicionados ao seu comportamento, sentimentos, cultura, contexto social etc.

O produto turístico ainda possui uma extrema conotação econômica, sendo visto exclusivamente como um bem de consumo, porém esquece-se que se é formado pela oferta possui todas as propriedades humanas dela.

Admitimos que as relações entre os elementos do turismo realmente existem e são explicadas de modo lógico pelo Sistema de Turismo, porém pretendemos destacar neste trabalho a necessidade de um olhar mais humano para estas relações. Não há a intenção de descartarmos este e outros modelos teóricos, fundamentais para o desenvolvimento de uma epistemologia para o turismo, até mesmo porque o trabalho não se propôs a uma análise dos mesmos, cabendo apenas a menção de algumas linhas de estudo existentes.

Destaca-se que a teoria do turismo não ignora o fator humano, visto as posições de autores preocupados com a integridade humana das comunidades receptoras do turismo, mas as técnicas de abordagem para a participação da comunidade são pouco discutidas, dando abertura para novas propostas.

É neste contexto que o presente trabalho propõe o emprego da categoria “mundo vivido” para os estudos turísticos, evidenciando o ser humano como principal sujeito da atividade.

Assim como a geografia adotou aportes humanísticos provenientes da fenomenologia, o turismo também pode se privilegiar desta perspectiva que valoriza as ações humanas, o sentimento e a percepção de mundo de cada um.

Quanto à noção de percepção ambiental seja das populações receptoras como dos turistas, os estudos da geografia humanista podem ser aplicados, com destaque para compreender o sentido de lugar.

Precisamos envolver o turista para que obtenha um maior comprometimento com os locais visitados, a ponto de se superar a superficialidade e a artificialidade das relações, pois ao tempo em que ele oferece apenas seus sentidos para perceber e se deleitar de forma passageira, a comunidade expõe seus sentimentos em relação ao seu lugar de moradia, numa relação de permanência.

Os resultados deste estudo revelaram que é possível explorar o turismo sob uma relação mais pessoal pautada na autenticidade, percebida por muitos turistas que se sensibilizaram com a vida dos habitantes do lugar.

Considerando a experiência vivenciada neste estudo, sugerimos encaminhamento de novas pesquisas fundamentadas na abordagem fenomenológica, envolvendo comunidades rurais tais como: um estudo sobre a

percepção e motivações da demanda, considerando a experiência de viagem a ser utilizado para balizar à implantação de infra-estruturas, serviços e diversificação dos atrativos relacionados ao significado do turismo revelado pelos moradores locais; um estudo para identificar a forma de gestão mais apropriada ao funcionamento do roteiro com menor dependência do poder público e maior participação dos proprietários rurais, o que implicaria em algo que se insira no mundo vivido destes moradores e não num modelo de gestão importado do setor empresarial.

Enfim, o estudo no Guajuvira mostrou que a abordagem sob um olhar mais humano é possível e enriquece a análise na perspectiva do turismo.

REFERÊNCIAS E BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- AMORIM FILHO, O. **A evolução do pensamento geográfico e a fenomenologia.** Sociedade e Natureza, Uberlândia, v. 11, n. 21 e 22, p. 67-87, jan/dez, 1999.
- ANDRÉ, Y. *et al.* **Modèles graphiques et représentations spatiales.** Paris: Anthropos, 1990.
- ANDRÉ, Yves. Les représentations: métaphore de la connaissance. In : _____ **Enseigner les représentations spatiales.** Ed. Anthropos-Economica, 1998. p. 31-44.
- ARAUCÁRIA. Prefeitura Municipal. **A construção de uma história:** a presença étnica em Araucária (Coleção História de Araucária, vol. 5), 2004
- ARAUCÁRIA. Prefeitura Municipal. **Agricultura e Indústria:** a memória do trabalho em Araucária. 2. ed., 1997.
- ARAUCÁRIA. Prefeitura Municipal. **Perfil Municipal**, 2003.
- ARAUCÁRIA. Prefeitura Municipal. Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. **Inventário da Oferta Turística**, 2005.
- ARAUCÁRIA. Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. **Roteiro de Turismo rural:** Caminhos de Guajuvira, 2006 (texto informativo).
- BAHL, M. **Legados Étnicos e Oferta Turística.** Juruá, Curitiba, 2004a.
- BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos.** Prottexto, Curitiba, 2004b.
- BAILLY, A. Géographie régionale et représentation. In: BAILLY, A. *et al.* **Géographie regionale et representation.** Paris: Anthropos, 1995. p. 25–34.
- BAILLY, A. L' Humanisme en géographie: réflexions et principes. In : BAILLY, A.; SCARIATI, R. **L' Humanisme en Géographie.** Ed. Economica, 1990.
- BANDUCCI JÚNIOR. Turismo e Antropologia no Brasil: estudo preliminar. In: BANDUCCI JÚNIOR; BARRETO, M. (orgs.). **Turismo e identidade local:** uma visão antropológica. Campinas, SP: Papirus, 2001 (Coleção Turismo). p. 21-47.
- BARRETO, M. **Turismo e legado cultural.** 2. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BECKER, H. S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais.** 3.ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BELLO, A. A. **Culturas e religiões:** uma leitura fenomenológica. Bauru: EDUSC, 1998. 200 p.
- BELLO, A. A. **Fenomenologia e ciências humanas: psicologia, história e religião.** Organização e Tradução, Miguel Mahfoud e Marina Massimi. Bauru, SP: EDUSC, 2004, 329 p.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora SENAC, 2000. 517 p.
- BETTANINI, T. Espaço e ciências humanas. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- BIANCHINI, V.; GRAZIANO DA SILVA, J.; MARC, J. **Debatem: O Brasil rural precisa de uma estratégia de desenvolvimento.** Núcleo de Estudos Agrários e de

Desenvolvimento Rural, Ministério do Desenvolvimento Agrário, Convenio FIPE – IICA, Brasília, 2001. (série Textos para Discussão nº 2)

BONNEMAISON, Joel. Viagem em torno do território. In: CORREA, R.L.; ROSENDAHL, Z. Geografia Cultural: um século (3). Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002. (Série Geografia Cultural).

BRASIL, Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil – **Diretrizes Operacionais**. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Buscando as raízes**. PRONAF, (Caderno de Capacitação nº1) Brasília, 2002.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Guia do Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar**, s. d. (2005/6?).

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Plano Safra 2004/2005**. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar**. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil – **Roteirização Turística** (Módulo Operacional 7). Brasília, 2005.

BUTTNER, A. **Apreendendo o dinamismo do mundo vivido**. In: Christofoletti, A. As perspectivas da geografia. São Paulo: DIFEL, 1982. p. 165-193.

CALVENTE, M. del C. M. H. **Turismo e excursionismo rural**: potencialidades, regulação e impactos. Londrina: Edições Humanidades, 2004. 159 p.

CALVENTE, M. del C.; GONÇALVES, M. **Turismo em pequenos municípios**: Jataizinho - Paraná. Londrina: Edições Humanidades, 2004. 61 p.

CAVACO, C. **Turismo rural e desenvolvimento local**. In: RODRIGUES, A. B. (org.) Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 94-121.

CLAVAL, P. **A geografia cultural**. 2.ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2001.

CORRÊA, R. L. Carl Sauer e a Escola de Berkeley: uma apreciação. In: CORRÊA, R.; ROSENDAHL, Z. (orgs). **Matrizes da geografia cultural**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001, p. 9-30.

COSGROVE, D. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORREA, R.; ROSENDAHL, Z. **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: Ed.UERJ, 1998.

DAROS, Marília. **Turismo como cidadania, turismo como cultura**. In GONÇALVES; BOFF, 2001, p. 49-62.

DARTIGUES, A. **O que é a fenomenologia?** São Paulo: Centauro, 2005.

DEL RIO, V. **Cidade da mente, cidade real**. In: DEL RIO, V.; OLIVEIRA, L. (Orgs.) Percepção ambiental: a experiência brasileira. São Paulo: Studio Nobel, Universidade Federal de São Carlos, 1996, p. 3-22.

DERDYK, Edith. **Formas de pensar o desenho**: desenvolvimento do grafismo infantil. São Paulo: Scipione, 1994.

FERNANDO VERA, J. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MAUEL J. MARCHENA; SALVADOR ANTON. **Análisis territorial del turismo**: uma nueva geografía del turismo. Ed. Ariel S. A., Barcelona, 1997.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL FILHO, S. F. **Espaço de Representação**: uma categoria chave para a análise cultural em Geografia. (Encontro Nacional da AMPEGE, 5, set/2003 sob o título Espaço de Representação: epistemologia e método).

GOODEY, B.; GOLD, J. **Geografia do comportamento e da percepção**. Publicação Especial nº 3. Instituto de Geo-ciências da Universidade Federal de Minas Gerais, Dep. de Geografia, 1986.

GRAZIANO DA SILVA, J.; VILARINHO, C; DALE, P. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J.A . *et al* (Org.). **Turismo Rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: Centro Gráfico, 1998.

GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.) **Textos em representações sociais**. 7. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 10.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. 101p.

HOLZER, W. **A Geografia Humanista: trajetória de 1950 a 1990**. (Dissertação de Mestrado). Rio de Janeiro: UFRJ, 1992.

KOZEL TEIXEIRA, S. **Imagens e linguagens do Geográfico**: Curitiba a “Capital ecológica”. São Paulo: FFLCH-USP, 2001 (tese de doutorado)

KOZEL, S. As representações no geográfico. In: MENDONÇA, F.A; KOZEL, S. (Org.) **Elementos de epistemologia da geografia contemporânea**. Curitiba: Editora da UFPR, 2002.

KOZEL, S. Comunicando e representando: Mapas como construções socioculturais. In: SEEMANN, J. (Org.) **A aventura cartográfica**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2006. p. 131-149.

LOWENTHAL, D. Geografia, experiência e imaginação: em direção a uma epistemologia geográfica, 1961, p. 103-141. In: CHRISTOFOLETTI, A. **As perspectivas da geografia**. São Paulo: Difel, 1982. p. 103-141.

MELLO, J. B. F. Geografia Humanística: a perspectiva da experiência vivida e uma crítica radical ao positivismo. **Revista brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, FIBGE, v. 52, n. 4, p. 91-116, 1990:91.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

NITSCHKE, L.; SZUCHMAN, T. **Agricultura Familiar**: potencial para um turismo sustentável. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 8., 2004, Curitiba. Anais do evento. 1 CD-ROM.

OLIVEIRA, L. Ainda sobre percepção, cognição e representação em geografia. In: MENDONÇA, F.A; KOZEL, S. (Org.) **Elementos de epistemologia da geografia contemporânea**. Curitiba: Editora da UFPR, 2002.

PACIORNIK, M. Prefácio. In: WACHOWICZ, R. **Homens da terra**. 3. ed. Curitiba: Vicentina, 1997.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia e Turismo**. Aleph, 2005.

PARANÁ. COMEC. Folheto informativo sobre a instituição, s. d.

PARANÁ. COMEC. **Metrópolis em Revista**. Curitiba, n. 1, ano 1, dez. 1999.

PARANÁ. COMEC. **Relatório Ambiental da Região Metropolitana de Curitiba**, 1997.

PARANÁ. COMEC; ACARPA. **Plano de Desenvolvimento Comunitário Integrado de Guajuvira**: Centro de Dinamização rural de Guajuvira - Documento nº 05, 1984.

PARANÁ. EMATER; COMEC. **Turismo em áreas rurais**. Agosto, 1999a.

PARANÁ. EMATER; SEMAA/Colombo. **Circuito italiano de turismo rural**: projeto, 1999b.

REALE, G.; ANTISERI, D. Edmund Russerl e o movimento fenomenológico. In: _____. **História da Filosofia**. V. 3. São Paulo: EP, 1990.

REDE TRAF. **Relatório da II Oficina Nacional da Rede de Turismo Rural na Agricultura Familiar**. Caeté/MG, 2003.

REICHERT, I.C. Legado cultural e turismo: sobre lugares, memórias e outras histórias. In: ASHTON, M. S. G. (org.) **Turismo: sinais de cultura**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2001. p. 39-51.

RODRIGUES, A. B. Desafios para os estudiosos do turismo. In: _____. (org.) **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 15-32.

RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: _____. (Org.) **Turismo rural**: práticas e perspectivas. São Paulo: contexto, 2001. p. 101-116.

SEEMAN, J. **Mapas e percepção ambiental**: do mental ao material e vice-versa. Olam Cienc. Tec. Rio Claro, v. 03, n.1, p.200-223, set. 2003

SERPA, A. **Percepção e fenomenologia**: em busca de um método humanístico para estudos e intervenções do/no lugar. In: OLAM Ciênc. & Tec., Rio Claro, Vol 1, nº 2 p.29-61, nov/2001.

TUAN, Y. F. **Espaço e Lugar**. São Paulo: DIFEL, 1983.

TUAN, Y. F. **Geografia Humanística**. (texto original de 1976) In: CHRISTOFOLETTI, A. **As perspectivas da geografia**. São Paulo: Difel, 1982. p. 143-164.

TUAN, Y. F. **Topofilia**. São Paulo: DIFEL, 1980.

TULIK, O. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo). 94p.

ANEXOS

ANEXO 1

Fotos e Filmagens do “Caminhos de Guajuvira” – CD-ROM

O Conteúdo do CD-ROM é constituído de:

- Fotos e Filmagens registradas durante a observação participante, de autoria da pesquisadora Letícia Nitsche.
- Fotos concedidas pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Araucária, de autoria de André Marques.
- Fotos divulgadas pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário, de autoria de Tamires Kopp.

Organizado por NITSCHÉ, neste.

ANEXO 2**Folheto turístico “Turismo Rural em Araucária”**

ANEXO 3

Fluxo de Visitantes do “Caminhos de Guajuvira”

CÁLCULO DE VISITANTES DO ÔNIBUS LINHA TURISMO RURAL ROTEIRO – CAMINHOS DE GUAJUVIRA

MÊS	2004	2005	2006
JANEIRO		94	152
FEVEREIRO		43	142
MARÇO	193	34	88
ABRIL	212	75	124
MAIO	58	66	
JUNHO	35	134	
JULHO	125	309	
AGOSTO	120	183	
SETEMBRO	71	124	
OUTUBRO	140	171	
NOVEMBRO	251	105	
DESEMBRO	60	86	
TOTAL ANUAL	1265	1424	
TOTAL 2004/2005 2.689			

Fonte: Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Araucária

CÁLCULO DE VISITANTES DO ROTEIRO DE TURISMO RURAL CAMINHOS DE GUAJUVIRA ROTEIROS COM GRUPOS ESPECIAIS - AGENDADOS

MÊS	2005	2006
JANEIRO		
FEVEREIRO		
MARÇO	30	90
ABRIL	24	
MAIO		
JUNHO	153	
JULHO	32	
AGOSTO	88	
SETEMBRO		
OUTUBRO	33	
NOVEMBRO	347	
DEZEMBRO	106	
TOTAL	813	

Fonte: Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Araucária